

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ



Гомель
2019

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
«Гомельский государственный университет
имени Франциска Скорины»

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ**

*VII международная научно-практическая конференция
студентов и магистрантов*

(Гомель, 20 марта 2019 года)

Сборник материалов

Научное электронное издание

Гомель
ГГУ им. Ф. Скорины
2019

ISBN 978-985-577-514-1

УДК 33.01(082)

Актуальные проблемы теории и практики современной экономической науки [Электронный ресурс] : VII международная научно-практическая конференция студентов и аспирантов (Гомель, 20 марта 2019 г.) : сборник материалов / М-во образования Республики Беларусь, Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины ; редкол.: А. К. Костенко (гл. ред.) [и др.]. – Электронные текстовые данные (3,58 МБ). – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2019. – Системные требования: IE от 11 версии и выше или любой актуальный браузер, скорость доступа от 56 кбит. – Режим доступа: <http://conference.gsu.by>. – Заглавие с экрана.

ISBN 978-985-577- 514-1

В сборнике материалов конференции представлены теоретические и практические результаты научных исследований и разработок студентов и магистрантов высших учебных заведений Республики Беларусь, Украины, Литвы, Республики Казахстан, Российской Федерации. Авторами рассмотрены особенности управления экономикой Республики Беларусь и использование с этой целью зарубежного опыта, проблемы обеспечения национальной безопасности страны в различных сферах, современные подходы к управлению организациями в условиях инновационного развития, вопросы эффективной организации бухгалтерского учёта, анализа и контроля в организациях, проблемы финансово-кредитной сферы и механизм их решения, возможности использования информационных технологий в управлении на макро- и микроуровнях.

Издание адресовано учёным-экономистам, практикам, аспирантам, магистрантам, студентам.

Редакционная коллегия:

А. К. Костенко (главный редактор);
И. В. Глухова (ответственный секретарь);
Б. В. Сорвиров, О. С. Башлакова, И. В. Бабына,
С. Н. Говейко, В. В. Ковальчук

ГГУ им. Ф. Скорины
246019, Гомель, ул. Советская, 104
Тел.: 57-39-03, 51-01-23
[http:// conference.gsu.by](http://conference.gsu.by)

ISBN 978-985-577-514-1

© Учреждение образования «Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

<u><i>Атаман Н. Н.</i> Информация и её роль в инновационных процессах</u>	9
<u><i>Бадыев М. А.</i> Транспортно-коммуникационный потенциал Центральной Азии для устойчивого развития региона.</u>	10
<u><i>Бахарь С. В.</i> Оценка уровня жизни населения в районах Брестской области . . .</u>	12
<u><i>Буденкова В. С.</i> Роль и сферы государственного предпринимательства в национальной экономике.</u>	14
<u><i>Гельдыева М. К.</i> Энергетическая безопасность в контексте низкоуглеродного экономического развития</u>	15
<u><i>Дегтеренко Е. Г.</i> Конкурентная политика в условиях глобализации: институциональные основы и европейский опыт.</u>	17
<u><i>Капралова А. А.</i> Сравнительный анализ новой классической и посткейнсианской макроэкономических школ.</u>	19
<u><i>Кастюк Е. В.</i> Международная гармонизация методологии статистического измерения инновационного развития экономик</u>	22
<u><i>Кириленкова К. Д.</i> Проблемы выравнивания доходов населения в Республике Беларусь.</u>	24
<u><i>Кутергина Ю. В.</i> Роль и значение оздоровительного туризма в экономике Республики Беларусь</u>	26
<u><i>Низамова О. В.</i> Состояние рынка перевозок грузов автомобильным и железнодорожным транспортом в Республике Беларусь</u>	28
<u><i>Панас Н. М.</i> Государственно-частное партнёрство как инструмент финансирования инвестиционных проектов в сфере возобновляемой энергетики.</u>	30
<u><i>Панькова А. И.</i> Статистический анализ динамики прироста внешней миграции Республики Беларусь</u>	31
<u><i>Пашнин А. О.</i> Исследование рынка краудфандинга за вознаграждение в России.</u>	33
<u><i>Плахотнюк А. Н.</i> Формирование модели развития франчайзинга в сфере туризма в Украине.</u>	35
<u><i>Равковская А. П.</i> SWOT-анализ гостиничной отрасли в Республике Беларусь. .</u>	38
<u><i>Синюгина Т. П.</i> Венчурное предпринимательство: мировой опыт и развитие в Республике Беларусь</u>	40
<u><i>Созанец Д. С.</i> Особенности государственного регулирования цен в Республике Беларусь.</u>	41
<u><i>Текнеджян С. А.</i> Молодёжное предпринимательство: мировой опыт и российская действительность.</u>	43
<u><i>Титко В. А.</i> Рынок электронных денег как составной элемент цифровой экономики.</u>	44
<u><i>Ткачѳва В. В.</i> Инфляционные ожидания и их особенности в Республике Беларусь.</u>	46
<u><i>Тоиров М. А.</i> Рекомендации для белорусских бизнес-партнёров при выходе на рынок Таджикистана.</u>	48
<u><i>Харина К. В.</i> Взаимосвязь социально-экономического положения и имиджа региона.</u>	50
<u><i>Шандрак Д. А.</i> PEST-анализ макросреды спортивного туризма</u>	52

<u>Шевцова А. С.</u> Структура человеческого капитала и направления совершенствования его использования в Республике Беларусь	54
<u>Шило М. А.</u> О количестве физических лиц, привлекаемых индивидуальным предпринимателем по трудовым гражданско-правовым договорам.	56
<u>Шпак Л. Л.</u> Свободная экономическая зона «Гродноинвест» как инструмент привлечения иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь.	58

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ СИСТЕМАМИ И ПРОЕКТАМИ

<u>Амосов А. В.</u> Направления совершенствования внешнеэкономической деятельности предприятия (на примере ОАО «Гродно Азот»).	60
<u>Артюшенко В. Ю.</u> Инвестиции в «зелёную» экономику: региональный аспект.	61
<u>Божкова А. А.</u> Стимулирование труда персонала в системе обеспечения конкурентоспособности организации.	64
<u>Болдуева Е. Г.</u> Эффективность использования трудовых ресурсов Гомельской области	65
<u>Будько И. И.</u> Инновационное развитие конкурентоспособности предприятий регионального АПК.	68
<u>Влащенко Е. А.</u> Промышленность в регионах Республики Беларусь: аналитический обзор	69
<u>Гаврилова Н. И.</u> Угрозы развития организаций лёгкой промышленности Республики Беларусь	71
<u>Гареленко А. А.</u> Особенности стилей руководства в зарубежных странах.	73
<u>Григорьев В. А.</u> Один из подходов к выбору факторов при моделировании рынка предложения на вторичном рынке автомобилей.	75
<u>Джакипова Д. Ж.</u> Особенности и цели стартап-проектов.	77
<u>Демова В. Н.</u> Планирование роста производительности труда рабочих в системе управления предприятием (на примере КСУП «Краснобережский»)	79
<u>Евтушенко К. Н.</u> Зарубежный опыт государственной кадровой политики	81
<u>Иванькова Т. Н., Морозова Д. В.</u> Особенности формирования портфеля инвестиционных проектов.	83
<u>Камко Я. С.</u> Кооперация с местными сельскохозяйственными производителями как способ повышения эффективности деятельности промышленной организации	85
<u>Ковалёва К. А.</u> Современные инструменты рекламной деятельности организации	87
<u>Концевая А. С.</u> Ресурсосбережение как основа развития инновационной деятельности предприятия.	89
<u>Костюченко В. А.</u> Управление региональным развитием: теоретические аспекты.	91
<u>Кудравец В. В.</u> Продвижение продукции промышленных предприятий посредством Интернет-ресурсов (на примере ОАО «Гомсельмаш»).	93
<u>Кужелко Е. А.</u> Проблемы развития малого инновационного бизнеса в Республике Беларусь.	95
<u>Кузьмина Д. В.</u> Совершенствование производственно-сбытовой деятельности промышленных предприятий Республики Беларусь.	97
<u>Курочкина Д. С.</u> Система управления оборотными активами как важнейший инструмент финансового менеджмента	98

<u>Латаш Ю. А. Кадровая политика сферы здравоохранения: современное состояние и проблемы реализации.</u>	100
<u>Михальченко Я. Р. Направления государственной поддержки субъектов малого предпринимательства в Республике Беларусь.</u>	102
<u>Пашедо А. Ю. Маркетинговые коммуникации организации: эволюция и основные элементы.</u>	104
<u>Правилова Л. С. Роль малых и средних предприятий в экономическом развитии страны</u>	106
<u>Протопопов С. И. Оценка конкурентоспособности товара (на примере продукции SAMSUNG и APPLE).</u>	108
<u>Сакович Е. В. Интегрированные маркетинговые коммуникации на рынке образовательных услуг в Республике Беларусь.</u>	111
<u>Семенчук А. С. Разработка инновационной продукции ОАО «Гроднохлебпром».</u>	112
<u>Скиба Е. Е. Развитие упаковки в продвижении продукции СООО «Конте Спа».</u>	114
<u>Сороколетова В. А. Персонал-технологии и проблемы их реализации в организациях Республики Беларусь</u>	116
<u>Чернушик И. О. Применение инструментов менеджмента качества для бизнес-процессов на примере предприятия.</u>	118

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЁТА, КОНТРОЛЯ И АНАЛИЗА КАК ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

<u>Абаревич Е. А. Анализ и резервы роста прибыли и рентабельности в организации</u>	121
<u>Вечёрка Е. В. Совершенствование методики анализа влияния состояния кредиторской задолженности на коэффициент абсолютной ликвидности.</u>	123
<u>Голос В. М. Оценка финансового состояния организации: её роль и значение</u>	125
<u>Ерошева А. В. Влияние инновационной активности на экспортную деятельность организации: аналитический аспект.</u>	127
<u>Кабанов Д. Н. Анализ внешних рынков сбыта продукции ОАО «Гомельский химический завод»</u>	129
<u>Калугина П. А. Пути ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности организации.</u>	131
<u>Кириченко А. Н. Проблемы анализа финансовой устойчивости организации</u>	133
<u>Клименко Ю. Н. Система внутреннего контроля в организации.</u>	135
<u>Лашкина Е. А. Пути оптимизации дебиторской и кредиторской задолженности в организациях Республики Беларусь</u>	137
<u>Левчук И. С. Незавершённое производство или биологические активы: сравнительный анализ отечественного и зарубежного учёта (на примере отрасли растениеводства).</u>	138
<u>Ли Мин. Сравнительная характеристика систем бухгалтерского учёта Беларуси и Китая.</u>	141
<u>Морозова А. С. Пути усиления внутреннего контроля за отпуском и расходом материалов в организации</u>	143
<u>Савкина Н. В. Проблемы состояния расчётов в коммерческих организациях Республики Беларусь.</u>	145

<u>Суглоб Т. В.</u> Совершенствование организации внутривозвратного контроля за выполнением договорных обязательств по реализации готовой продукции.....	147
<u>Хорт А. А.</u> Методика проверки выпуска и оприходования готовой продукции мукомольного производства в рамках операционного аудита.....	149
<u>Щербакова А. Н.</u> Управление материальными ресурсами как основа повышения эффективности использования инновационного потенциала предприятия.....	151
<u>Ящук Н. А.</u> Анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами.....	152

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

<u>Андрухович М. В.</u> Методические аспекты оценки рынка лизинга Беларуси.	155
<u>Арабей Н. И.</u> Система страхования инвестиционных рисков в Республике Беларусь.....	157
<u>Бабичева Т. С.</u> Перспективы развития карточных продуктов банка.....	159
<u>Ванкевич Я. В.</u> Криптовалюты как фактор цифровизации банковского сектора Республики Беларусь.....	161
<u>Ефименко С. В.</u> Пути повышения финансовой устойчивости коммерческих банков в Республике Беларусь.....	163
<u>Жукевич А. М., Сидорова А. А.</u> О некоторых особенностях эконометрического моделирования прибыли коммерческих банков.....	165
<u>Кириченко А. Н.</u> Моделирование зависимости прибыли от выручки от реализации продукции (на примере ОАО «Гомельская мебельная фабрика «Прогресс».).....	167
<u>Ковальчук В. А.</u> Об одном методе линейного ранжирования банков на основе интегрированного показателя.....	169
<u>Медведик О. С.</u> Эконометрическая модель взаимосвязи средней заработной платы и ВВП в Республике Беларусь.....	171
<u>Молокович А. И.</u> Создание особых экономических зон в Республике Беларусь для развития малого бизнеса.....	173
<u>Молокович Д. В.</u> О некоторых расчётах в долларах США между резидентами Республики Беларусь.....	175
<u>Нижевич Н. С.</u> Эконометрическая оценка зависимости чистой прибыли от выручки торговых организаций.....	177
<u>Павленко Г. В.</u> Эконометрический анализ взаимосвязи активов и прибыли банка.....	179
<u>Смаженко В. Д.</u> Монополизация банковской системы: риски и направления их минимизации.....	181
<u>Суглоб Т. В.</u> Оценка тесноты связи выручки и затрат на производство (на примере ОАО «Гомельское ПО «Кристалл»»)......	183
<u>Тарасенко А. А.</u> Лизинг недвижимого имущества для физических лиц: опыт применения и направления развития в ОАО «АСБ Беларусбанк».....	185
<u>Тимошкова А. А.</u> Особенности становления и развития рынка ценных бумаг в Республике Беларусь.....	187
<u>Ткачѳв Р. Д.</u> Венчурные фонды как инструмент аккумуляции средств неинституциональных инвесторов в Республике Беларусь.....	189
<u>Чилеко О. В.</u> Динамика государственного долга Республики Беларусь.....	191

<u>Шерстнёва Д. С. Развитие механизма распределения таможенных пошлин в рамках ЕАЭС</u>	193
<u>Шурпенкова Д.-М. Отечественная практика проведения стратегического аудита в сфере государственного финансового контроля с учётом мирового опыта.</u>	195

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

<u>Алёшинова О. В. Применение информационно-технологического аутсорсинга на СП ОАО «Спартак»</u>	198
<u>Бай Сяося. Основные каналы продвижения и стимулирования продаж в Интернет-торговле</u>	199
<u>Высоцкий А. В. Совершенствование экспортной деятельности ЗАО «Гомельлифт» на основе технологии блокчейн.</u>	201
<u>Геитарёва Л. С., Павлюкович К. В. Внедрение систем электронного документооборота: проблемы и пути их решения</u>	203
<u>Иваньков А. П. Использование информационных технологий на предприятии, производящем инновационную продукцию – скинали</u>	205
<u>Кисель В. Б. Исследование рынка программных продуктов в области автоматизации деятельности белорусских предприятий.</u>	207
<u>Конвисар С. Д. Особенности разработки и продвижения высокотехнологичных товаров инновационной фирмы</u>	208
<u>Кривцова А. А., Чучман А. А. Создание студенческого информационного портала</u>	211
<u>Курочицкая Ю. В. Применение технологии блокчейн в малом бизнесе</u>	212
<u>Левахин А. С. Применени е современных информационных технологий дляповышения туристической привлекательности Гродненского региона на международном рынке.</u>	214
<u>Миносян В. А. Реализация процессного подхода при проведении диспансеризации взрослого населения</u>	216
<u>Мирошниченко И. Д. Информационные технологии, меняющие подход к бизнесу.</u>	218
<u>Попович А. В. Автоматизация управления рисками предприятия.</u>	219
<u>Попроцкая И. В. Информационные технологии на мировом страховом рынке.</u>	221
<u>Слаута А. И. Применение средств пакета R для визуализации временных рядов в задаче выделения разрывов выпуска ВВП</u>	223
<u>Романюк М. А. Эконометрическое исследование зависимости экспорта продукции предприятия от расходов на её реализацию (на примере ОАО «Коминтерн»).</u>	225
<u>Шевцова Е. С. Дифференциация переменных и постоянных затрат предприятия на основе эконометрических методов (на примере ОАО «Коминтерн»)</u>	227
<u>Шмаглий О. А. Оценка состояния окружающей среды в Республике Беларусь на основе коэффициента декарпинга</u>	229

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Н. Н. АТАМАН

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. М. Баранов,**

канд. экон. наук, доц.

ИНФОРМАЦИЯ И ЕЁ РОЛЬ В ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ

Формирование информационной экономики невозможно без внедрения новой мезоинформации в экономическую систему как фирмы, так и страны. Данные, информация, метаинформация, знания как форма новой мезоинформации должны стать инновациями, охватывающими все стадии воспроизводственного цикла. Систематизация инноваций в информационной сфере позволяет запустить процесс экспоненциальной модернизации технологического базиса новой экономики и приводит к глубокой трансформации факторов производства, что ведет к повышению эффективности использования экономических ресурсов.

В этих условиях сдерживающим фактором инновационного развития становится время. Для снижения времени восприятия инноваций необходим рост релевантности мезоинформации, что снижает действие фактора неопределенности и усиливает инновационный поток.

Антропогенный метод информационно-временного анализа отражает трансформацию научно-технического прогресса, в рамках которого использование релевантной мезоинформации автоматически ускоряет инновационный цикл, инновации в сфере информационных технологий позволяют снизить стоимость, упростить производство материальных и нематериальных продуктов, сокращая время, необходимое для их создания. Инновации создают предпосылки их выгодного применения, но при этом не формируют механизма реализации подобных возможностей. По мнению О.С. Коломиец, данный механизм реализуется лишь при зрелом функционировании институтов информационной экономики, в которой информация, воплощенная в виде информационного продукта, услуги, технологии, сопровождает и предшествует инновационному процессу [1].

Существуют различные варианты интенсификации роста воспроизводства инноваций через наращивание информационноёмкости:

– в условиях практического применения метода эмпирической виртуализации необходимо формирование индивидуальных интеллектуально-информационных систем с возможностью постоянного прогнозирования развития ситуации в условиях динамичных изменений микро- и макросреды с использованием систем искусственного интеллекта как самим работником, так и рабочей группой, в том числе и виртуальной, в которую он входит, что дает мультипликационный эффект в приращении информации и знаний;

– с позиции социально-личностного подхода и социометрического метода необходимо совершенствование интеллекта работника знаний и его адаптация в рабочей группе методами, основанными на современных достижениях психологии и социологии, что позволит значительно усилить его ментальные и творческие возможности и обеспечит преумножение личностных знаний и обеспечение когнитивной ренты.

Концептуальной моделью циклов интеллектуальной деятельности, характеризующей продуцирование знаний, является вариация модели Р. Аккофа, предложенная

В.А. Дресвянниковым [2], которая характеризует накопление интеллектуального капитала путем его перехода на новые качественные уровни.

Восходящий вектор в данной модели показывает процесс создания новых знаний на базе анализа процесса работы сотрудника (job analysis), при котором поступившая мезоинформация в контексте информационной среды, и на базе механизма ее реализации трансформируется в информацию либо метаинформацию, а затем с учетом условий ее применения и релевантности – в знания – как результат интеллектуальной деятельности человека. Нисходящий вектор – использование сотрудником полученных знаний с учетом накопленных личностных неявных знаний (tacit knowledge) и создание нового массива данных для следующего цикла интеллектуальной деятельности.

На практике для определения значений показателей и их весовых коэффициентов используются методы социально-психологических и экспертных оценок.

С нашей позиции в основе модели формирования интеллектуального капитала лежит двухуровневая модель, подразумевающая создание релевантной мезоинформации с помощью нематериальных факторов производства через информационное обеспечение, образование, творчество работников, временной менеджмент и как результат – экономико-правовую деятельность, цель которой – создание интеллектуального капитала, реализация которого позволяет получить интеллектуальную ренту компании. С другой стороны, процесс продуцирования такого капитала невозможен без организационной и инновационной инфраструктуры, к которым относятся рабочие группы, сформированные с помощью социометрических методов, интегрированные корпоративные структуры, в том числе виртуальные предприятия и информационные кластеры, а также отдельные институты информационной экономики, в том числе рынок информации, определяющий ее цену, спрос, предложение и т.д.

Список использованной литературы

- 1 Коломеец, О.С. Организация и развитие рынка информации в России: дисс. ... канд. экон. наук / О.С. Коломеец. – Ставрополь, 2007. – 152 с.
- 2 Дресвянников, В.А. Формирование системы управления интеллектуальным капиталом на промышленных предприятиях (теория и методология): дисс. ... д-ра экон. наук / В.А. Дресвянников. – М., 2008. – 357 с.

М. А. БАДЫЕВ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **Ли Чон Ку,**

канд. экон. наук, доц.

ТРАНСПОРТНО-КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

В условиях перехода Центральной Азии к устойчивому развитию основной предпосылкой является выгодное во многих отношениях геополитическое положение региона, так как данная территория расположена на стыке важных транспортных коридоров Евразии и связывает между собой несколько регионов и субрегионов материка. Главным образом, речь идет о коридоре между Европой и Восточной Азией, который имеет глубокие исторические корни, восходящие к Великому Шелковому пути. Посредством строительства новых транзитных коридоров и прокладки газопроводов в настоящее время этот легендарный маршрут восстанавливается в новом качестве, и регион Центральной Азии приобретает нарастающее стратегическое значение в качестве важного узла транспортных коммуникаций. По территории Центральной Азии проходит

Туркестано-Сибирская магистраль, здесь также расположена и сеть железных дорог, обеспечивающих выход европейских торговых путей к Азиатско-Тихоокеанскому региону. Таким образом, этот регион становится связующим звеном между Севером и Югом, Западом и Востоком, при этом наращивая свой транспортно-коммуникационный потенциал и возможности выхода к морским портам. Существующая инфраструктура и большой потенциал региона по развитию новых транспортно-коммуникационных систем создают необходимые условия для устойчивого развития.

В настоящее время страны Центральной Азии принимают активное участие в реализации таких крупных коммуникационных и энергетических проектов регионального и континентального значения, как Транснациональный проект газопровода ТАПИ (Туркменистан-Афганистан-Пакистан-Индия), который станет мощным стимулом для экономического развития региона. Строительство данного газопровода будет способствовать достижению энергетической безопасности, росту промышленного производства, развитию инноваций, улучшению экологической ситуации участвующих стран [3]. Прежде всего, необходимо отметить, что среди традиционных источников энергии природный газ является наиболее чистым минеральным топливом по объемам парниковой эмиссии, которые были установлены Рамочной конвенцией ООН об изменении климата (РКИК ООН). Именно экологические характеристики природного газа как топлива являются одними из главных аргументов в пользу того, чтобы он стал играть ключевую роль для мировой энергетики в текущем столетии.

Среди остальных крупных проектов следующим по важности для устойчивости региона является китайская инициатива «Один пояс, один путь», основной целью которой является создание транспортной инфраструктуры для доставки товаров в Европу. Китайская Народная Республика планирует использовать свой проект в качестве механизма приложения технологий, инвестиций, оборудования и рабочей силы в Центральную Азию, где существует необходимость строительства транспортных объектов.

Основной трек сегодняшнего дня – экономическое наполнение проекта. Он предусматривает активную инвестиционную и торгово-экономическую политику в отношении вовлеченных групп, включая расширение строительства железнодорожных и автомобильных магистралей. В перспективе объединенная транспортная сеть, как считают в Пекине, позволит создать транспортный коридор от Азиатско-Тихоокеанского региона до Западной Европы. Создаваемая сеть призвана объединить 18 азиатских и европейских стран общей площадью 50 млн. км² с населением в 3 млрд. человек [2].

Так как страны центральноазиатского региона являются тесными партнерами Беларуси по СНГ и по ЕАЭС, то устойчивое развитие и реализация транспортных проектов благоприятно скажется на торгово-экономических отношениях, что в свою очередь приведет к увеличению торгового оборота между странами. Беларусь получит партнеров с более высокой покупательной способностью, что приведет к диверсификации белорусского экспорта и к меньшей зависимости от торгово-экономических отношений с Россией. Стоит также упомянуть о строительстве белорусско-китайского индустриального проекта «Великий камень», основное направление которого является внедрение высокотехнологичных и экспортно-ориентированных производств в Беларуси.

Таким образом, успешная реализация транспортно-коммуникационного потенциала Центральной Азии в полной степени и других крупномасштабных международных проектов на территории этого региона положительно скажется на экономических отношениях Республики Беларусь со странами Азии и будет благоприятствовать лидирующему положению страны на рынке СНГ по производству и сбыту готовой продукции.

Список использованной литературы

1 New Voices from Central Asia: Political, Economic, and Societal Challenges and Opportunities [Electronic resource]. – 2018. – Access mode: <http://centralasiaprogram.org>. – Access date: 17.03.2018.

2 Pacts to boost economic cooperation [Electronic resource]. – 2018. – Access mode: http://www.chinadaily.com.cn/business/2013-11/29/content_17139294.htm. – Access date: 17.03.2018.

3 Turkmenistan [Electronic resource]. – 2018. – Access mode: <https://turkmenistan.gov.tm>. – Access date: 17.03.2018.

4 Kyrgyzstan: Political Pluralism and Economic Challenges. Ed. by Laruelle, Marlene. – GWU, IERES, 2017.

С. В. БАХАРЬ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **О. Н. Будько,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

ОЦЕНКА УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В РАЙОНАХ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Правительства многих стран мира и Беларуси, в частности, заинтересованы в равномерном развитии различных регионов своей страны. С этой целью проводится анализ уровня жизни в отдельных регионах. Этот анализ можно проводить различными способами, например, с помощью возможностей методов многомерного статистического анализа – кластерного и факторного анализа [1, с. 13], реализованных в пакете Statistica.

Уровень жизни в 16 административных районах Брестской области и в г. Бресте оценивался за 2016 год по системе из 14 показателей: X_1 – рождаемость на 1000 человек населения района; X_2 – смертность на 1 000 человек населения; X_3 – средняя номинальная заработная плата; X_4 – средняя обеспеченность населения жильём, кв. м на 1 жителя; X_5 – жилищный фонд, кв. м общей площади; X_6 – число построенных квартир; X_7 – число построенных квартир на 1 000 чел. населения; X_8 – численность занятого населения; X_9 – численность безработных; X_{10} – количество учреждений дошкольного образования; X_{11} – численность детей в учреждениях дошкольного образования; X_{12} – количество дневных учреждений общего среднего образования; X_{13} – численность учащихся в дневных учреждениях общего среднего образования; X_{14} – число коек в расчёте на 10 000 чел. населения. Использовались статистические данные из источника [2].

Метод главных компонент факторного анализа позволяет сгруппировать исходные показатели в главные факторы, тем самым сократив размерность многокритериальной задачи. По значениям главных факторов можно построить интегральный показатель для каждого объекта, в нашем случае – района, и использовать его для построения рейтинга и/или дальнейшего исследования с помощью кластерного анализа.

Исходные данные были нормированы и приведены к одному направлению по принципу «чем больше, тем лучше» и приняли значения от 0 до 1, став безразмерными величинами [3].

Показатели X_1 – X_{14} , характеризующие уровень жизни населения, методом главных компонент факторного анализа были преобразованы в четыре главных фактора, которые сохраняют 92,41 % общей дисперсии показателей. При этом первый главный фактор сохраняет 69,71 % общей дисперсии исходных показателей, второй – 10,06 %, третий – 7,95 %, четвертый – 4,69 % общей дисперсии исходных показателей. Использован метод Unrotated.

Далее по формуле (1) были построены интегральные показатели уровня жизни (рейтинговые значения) для каждого района:

$$R_{i,2016} = 69,71 * F_{1i} + 10,06 * F_{2i} + 7,95 * F_{3i} + 4,69 * F_{4i}, \quad i = \overline{1,17}, \quad (1)$$

где $R_{i,2016}$ – интегральный показатель, $F_{1i}, F_{2i}, F_{3i}, F_{4i}$ – значения главных факторов i -го района, коэффициенты при факторах – это процент сохраняемой дисперсии.

Отметим, что по построению главные факторы центрированы относительно нуля, в связи с этим рейтинг также имеет среднее значение, равное нулю. Поэтому отрицательное значение интегрального показателя свидетельствует о том, что уровень жизни соответствующего района ниже среднего уровня, а положительное значение – выше среднего уровня.

По полученным результатам факторного анализа лидерами по уровню жизни в 2016 г. стали: г. Брест, Кобринский и Пинский районы со значениями интегрального показателя $R=261,61$, $R=16,87$, $R=12,41$ соответственно, причем г. Брест – с большим отрывом, что вполне предсказуемо. Аутсайдерами являются Малоритский ($R = -57,30$) и Жабинковский ($R = -57,65$) районы. Они значительно уступают по уровню жизни многим районам Брестской области. Отметим, что только 5 районов из 16 в 2016 г. имели значение интегрального показателя выше среднего уровня по области.

Методом k -средних кластерного анализа районы были разбиты на четыре группы однородных объектов (кластера) по интегральному показателю R . Достоверность различия средних значений проверялась по критерию Шеффе.

Районы, составившие кластер 1 и 2 имеют высокие значения показателей X_1 - X_{14} . В кластер 1 попал только город Брест. Кластер 2 составили 7 районов: Кобринский, Пинский, Столинский, Лунинецкий, Ивацевичский, Брестский, Пружанский. Районы кластера 3 имеют средние значения показателей (Березовский, Барановичский, Дрогичинский, Ивановский, Ганцевичский, Ляховичский, Каменецкий), часть из них – ниже среднего уровня. Кластер 4 образовали 2 района: Малоритский и Жабинковский, у них самые низкие средние значения исследуемых показателей.

Проведенная группировка объектов позволила выявить один район, который по рассматриваемым показателям значительно отличается от других (г. Брест) и семь районов с достаточно высоким уровнем жизни (Кобринский, Пинский, Столинский, Лунинецкий, Ивацевичский, Брестский, Пружанский). Остальные районы Брестской области в основном имеют невысокие значения показателей уровня жизни.

Аналогичные исследования проведены для районов Гродненской области [3, 4].

Таким образом, используя методы многомерного статистического анализа (факторный и кластерный), было выявлено три лидирующих района Брестской области (г. Брест, Кобринский и Пинский районы) по уровню жизни населения в 2016 г., сформированы однородные группы районов со сходным уровнем жизни (кластеры) и проведен их анализ. Примененная методика может быть использована для оценки уровня жизни в различных регионах страны и их сравнительного анализа.

Список использованной литературы

- 1 Факторный, дискриминантный и кластерный анализ: пер. с англ. / Дж.-О. Ким, Ч.У. Мьюллер, У.Р. Клекка [и др.]; под ред. И.С. Енюкова. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 215 с.
- 2 Главное статистическое управление Гродненской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://brest.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/public_bulletin. – Дата доступа: 20.01.2019.
- 3 Бахарь, С. В. Рейтинг районов Гродненской области по уровню жизни населения / С. В. Бахарь // Молодь у світі сучасних технологій за тематикою: Інформаційні технології в економіці, менеджменті та управлінні проектами: матер. VII Міжнар. науково-практич. конф. студ., асп. та молодих вчених (Херсон, 1-2 червня 2018 р.) / за заг. ред. Г.О. Райко. – Херсон: ФОП Вишемирський В. С., 2018. – С.153-155.
- 4 Бахарь, С. В. Дифференциация районов Гродненской области по уровню жизни населения / С. В. Бахарь // Информационно-коммуникационные технологии: достижения, проблемы, инновации (ИКТ-2018) [Электронный ресурс]: эл. сб. статей I междунар. научно-практич. конф., посв. 50-летию Полоцкого гос-го ун-та, Новополоцк, 14–15 июня 2018 г. / Полоцкий гос-й ун-т. – Новополоцк, 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM), С. 139-142. – 2018. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35564558>. – Дата доступа: 10.01.2019.

В. С. БУДЕНКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

РОЛЬ И СФЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Государство играет важную роль в обеспечении эффективного функционирования современной экономической системы. Государство за всю историю своего существования выполняет определенные экономические функции, которые реализуются как косвенным, так и прямым путем.

Одной из форм прямого вмешательства государства в экономику является государственное предпринимательство. Оно образует особый вид предпринимательской деятельности, которая осуществляется в государственном секторе и связана с участием государственных предприятий в производстве и сбыта товаров и услуг. Государственное предпринимательство осуществляется в рамках государственного сектора. Доля государственного сектора в разных странах отличается друг от друга. Европейские центры государственного предпринимательства используют следующие показатели для оценки их доли в экономике: численность работников государственных предприятий; долю государства в ВВП; долю инвестиций, субсидий и налогов в ВВП и т.д.

Доля государственного сектора варьируется в различных странах. Например, более 50 % валового социального продукта на государственный сектор приходится в Китае. В Италии доля государственного сектора составляет 39 – 42 %, в том числе в промышленности – 30 %. Во Франции государственные предприятия производят третью часть валового национального продукта.

Государственное предпринимательство старается охватить низкоприбыльные отрасли, которые являются непривлекательными для частных предпринимателей, но необходимыми для общества. Сюда можно отнести отрасли, отдача от которых наступает спустя продолжительное время. Это малорентабельные звенья производства, звенья социальной инфраструктуры: энергетика, транспорт, связь, образование и здравоохранение. В том числе и деятельность государства по «совершенствованию» отраслей, переживших кризис, или возрождению экономики в целом (возрождение убыточных предприятий и отраслей, развитие которых повысит конкурентоспособность негосударственного сектора. Государственное предпринимательство распространяется на поддержание экологической безопасности, национальную оборону, безопасность и др. [1].

Несмотря на то, что по оценкам исследователей государственное предпринимательство менее экономично, чем частное на 30 – 50 %, и стоимость частных услуг на 30 – 40 % ниже, чем в государственных, можно оценивать эффективность государственного предпринимательства по социальным критериям, которые корреспондируются с функциональной ролью государства как экономического субъекта. Кроме того, государственное предпринимательство способствует сглаживанию циклических колебаний и поддержанию устойчивых темпов роста, увеличению количества рабочих мест, производя общественные блага, минимизирует социальные конфликты, стимулирует научно-технический прогресс, в нем реализуются такие экономические функции как расширение границ используемых в национальной экономике ресурсов, снижение рисков, расширение возможностей для реализации инновационных исследований. Этот вид предпринимательства предполагает коммерциализацию государственной собственности, а значит поиск эффективных путей использования бюджетных средств и их минимизацию. Государственная собственность является основой государственного предпринимательства. Доля государственной собственности в национальном богатстве

колеблется от 20 % в США до 35 % в Италии, Германии – 39 %, Франции – 40 %. В Японии около 9 % работников, занятых в народном хозяйстве, и более 10 % основных фондов приходится на государственные предприятия. Около 66 % доля государственной собственности в национальном богатстве оценивается в Китае, России – до 70 % [2]. Государственный сектор экономики Китая создает более 63 % ВВП, составляет 80 % налогов в государственный бюджет, обеспечивает до 90 % занятости населения. Государственный сектор экономики России создает до 46 % ВВП, доля государственного сектора в США составляет 12 %, и в нем создается 28 % ВВП.

В Республике Беларусь государственный сектор является доминирующим в экономике. На долю госпредприятий или предприятий с его участием Беларуси приходится 70 % ВВП, там трудится две трети экономически активного населения Беларуси. Удельный вес государственных предприятий и предприятий с долей государственной собственности в общем объеме промышленного производства в 2017 году составлял 76,3 %, рентабельность продаж – 8,6%, удельный вес убыточных государственных предприятий – 10 % [3].

Значительная доля государственной собственности приходится на государственные предприятия. В развитых странах от 1/5 до 1/3 доли ВВП приходится на государственные предприятия. Существует несколько типов государственных предприятий в странах с развитой рыночной экономикой. Среди них можно выделить государственные предприятия, которые находятся под непосредственным контролем государственных органов управления, в Англии – публичные корпорации, в США – правительственные корпорации или агентства, в Германии и во Франции – публичные предприятия или публичные учреждения. Широкое распространение получили предприятия смешанных частно-государственных фирм, государственно-частного партнерства. В них государство владеет контрольным пакетом акций или частью акций компании.

Таким образом, государственные предприятия являются эффективным субъектом хозяйствования, в рамках которого реализуются особые социальные и экономические задачи, проекты с повышенным риском; расширяются границы производственных возможностей национальной экономики.

Список использованной литературы

1 Роль государственного предпринимательства [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: https://studwood.ru/1489264/ekonomika/rol_gosudarstvennogo_predprinimatelstva_sovremennoy_ekonomike. – Дата доступа: 28.01.2019.

2 Доля государственной собственности [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://bizlog.ru/topic39401.html>. – Дата доступа: 30.01.2019.

3 Сведения о доле госсектора в Республики Беларусь [Электронный ресурс] – 2019. – Режим доступа: https://neg.by/novosti/otkrytyj_glavnyj-sektor-ekonomiki. – Дата доступа: 30.01.2019.

М. К. ГЕЛЬДЫЕВА

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **Ли Чон Ку,**

канд. экон. наук, доц.

ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ НИЗКОУГЛЕРОДНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Проблема энергетической безопасности тесно взаимосвязана с вопросами экономического развития, поскольку именно бесперебойные и экологически чистые поставки энергии обеспечивают функционирование и гармоничный рост экономики любого государства. В условиях глобализации мировой экономики вопросы энергетической

безопасности выходят за рамки отдельных стран и приобретают большое значение для развития международных экономических отношений. Энергетическая безопасность в контексте устойчивого развития стран и регионов также становится главной темой на повестке дня различных международных организаций.

Вопросы энергетической безопасности впервые были подняты в промышленно развитых странах с рыночной экономикой в 70-х гг. прошлого века, когда в результате ближневосточного кризиса начала реализовываться тенденция к резкому сокращению экспорта нефти из этого региона в промышленно развитые страны и росту цен на нефть. В этот период и сформировалось содержание понятия энергетической безопасности, определенное Мировым энергетическим советом (МИРЭС), как «уверенность в том, что энергия будет иметься в распоряжении в том количестве и того качества, которые требуются при данных экономических условиях» [1, с. 19].

Понятие «энергетическая безопасность» зависит от условий, в которых находится экономика и общество, а также от положения топливно-энергетического сектора в экономике. Наличие собственных энергетических ресурсов определяет энергетическую политику и концепцию энергетической безопасности государства. Но энергетическая безопасность не может ограничиваться только вопросами надежного функционирования топливно-энергетического комплекса, так как является комплексным понятием, поэтому необходимо учитывать взаимодействие энергетики с другими системами. Среди таких взаимодействий особое место занимает взаимодействие энергетики, экологии и экономики. Эта идея стала разрабатываться с конца 1990-х годов, то есть прослеживается связь между развитием идеи устойчивого развития и эволюцией понятия энергетической безопасности. Таким образом, можно утверждать, что концепция устойчивого развития стала толчком для обогащения содержания энергетической безопасности как инструмента снижения выбросов парниковых газов и стабилизации экономики посредством декарбонизации.

В настоящее время достижение энергетической безопасности посредством декарбонизации экономики выступает в качестве двигателя низкоуглеродного развития и приобретает стратегическую важность, являясь оптимальным решением в поддержку как национальных интересов, так и интересов глобального сообщества. Как известно, при подписании Парижского соглашения в 2015 году страны взяли на себя обязательство удержать прирост глобальной средней температуры «намного ниже 2°C сверх доиндустриальных уровней» [2]. Однако ввиду политических изменений в некоторых регионах возникают неопределенности в отношении направления климатической и энергетической политики правительств, так как национальные приоритеты начинают преобладать над чувством единства перед лицом общей угрозы глобального изменения климата. Переход к низкоуглеродному развитию посредством декарбонизации энергетических систем является своеобразным решением этой дилеммы. Подобный переход имеет множество социально-экономических и экологических выгод, а также содействует экономической конкурентоспособности стран. В то время как необходимость обеспечения доступа к энергии и энергетической безопасности на национальном уровне часто используется в качестве аргумента против действий по смягчению изменения климата, исследования показывают, что декарбонизация энергетических систем благоприятно влияет не только на удовлетворение нужд населения и обеспечение энергетической безопасности, но также и на реализацию других Целей устойчивого развития (ЦУР) через сопутствующие выгоды и синергизм [3].

Декарбонизация энергетических систем в наше время больше не является теоретическим вопросом. Поскольку экономические показатели отраслей промышленности тесно связаны с энергетическими системами и уязвимы для колебания цен на энергоносители, правительства должны способствовать переходу этого сектора путем проведения политики, учитывающей долгосрочные цели декарбонизации. Эта поддержка

особенно актуальна для углеродоемких отраслей, таких как производство промышленного сырья. Такая политика может не только способствовать сохранению экономической конкурентоспособности промышленного сектора в период перехода на низкоуглеродное развитие, но это также может стать толчком для развития инноваций и повышения эффективности использования ресурсов.

Для продвижения в переходе на низкоуглеродное развитие без ущерба национальным интересам необходимо разработать долгосрочную стратегию, которая объединит промышленную, энергетическую и социально-экономическую политику государства. Концепция энергетической безопасности и повышения энергетической независимости Республики Беларусь на период до 2020 года может быть рассмотрена как один из примеров тщательно продуманной и выверенной государственной политики, предусматривающей уход от перекрестного субсидирования энергопотребления, осуществляя при этом поддержку малообеспеченных и льготируемых видов деятельности [4]. Таким образом, закладываются экономические основы и стимулы для декарбонизации энергетических систем страны, что в значительной степени будет определять «зеленый облик» [5] и энергетическую безопасность белорусской экономики в будущем.

Список использованной литературы

- 1 Миронов, Н.В. Международная энергетическая безопасность: учеб. пособие / Н.В. Миронов; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, Междунар. ин-т топливно-энерг. комплекса. - М.: МГИМО (У), 2003. – 165 с.
- 2 Парижское соглашение. Организация Объединенных Наций, 2015. [Электронный ресурс]. 2019. – Режим доступа: http://unfccc.int/files/essential_background/convention/application/pdf/russian_paris_agreement.pdf. – Дата доступа: 26.01.2019.
- 3 Manberger, A. Green Growth and Decarbonization of Energy Systems in a Changing World. Policy Report of International Research Network for Low-Carbon Societies (LCS-RNet). Institute for Global Environmental Strategies, 2018.
- 4 Мясникович, М. В. Энергетическая безопасность и устойчивое инновационное развитие – основа независимости Республики Беларусь / М.В. Мясникович // Белорус. академ. ж-л. – 2007. – №3. – С. 9–14.
- 5 Как обеспечивается энергетическая безопасность страны? Зачем Беларуси АЭС? [Электронный ресурс]. – 2019 – Режим доступа: <http://www.embassybel.ru/one-window/frequent-questions/belarus/101/>. – Дата доступа: 26.01.2019.

Е. Г. ДЕГТЕРЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева**

КОНКУРЕНТНАЯ ПОЛИТИКА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ И ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ

Конкуренция – поведенческая категория, когда индивидуальные продавцы и покупатели соперничают на рынке за более выгодные продажи и покупки как на национальном, так и на мировом рынках. Каждый ее участник, стремясь выгодно и долговременно конкурировать в своей отрасли, прибегает к различным формам ее реализации. Одни фирмы выбирают добросовестные методы, другие прибегают к недобросовестным. К последним относятся фальсификация деловой отчетности и валютные махинации; сокрытие дефектов; подделка товарных знаков конкурентов; промышленный шпионаж и другие.

Эти методы применяются и на международном уровне. Примером тому является недавнее обвинение в промышленном шпионаже китайской компании Huawei, которая, соответственно данным Федерального Бюро расследований США, попыталась

похитить и создать свой аналог в 2012 у американской компании T-Mobile роботестировщика Тарру. Недобросовестными методами пользуются и зарубежные потребители продукции Республики Беларусь. Например, в России наблюдались случаи продажи трансформаторов под товарным знаком Минского электротехнического завода, которые не выпускает это предприятие. Аналогичная ситуация была и с продажей комбайнов под белорусской маркой, хотя таковые не производились на территории страны. Часто подделки знака происходят в сборочных производствах, открытых за рубежом белорусских предприятий. Для предотвращения таких методов конкурентной борьбы необходимо, чтобы конкурентная политика в условия глобализации рассматривалась не только на национальном уровне, а становилась объектом межгосударственного взаимодействия. Проблемы развития конкурентной среды важны для всех международных экономических организаций.

В 1980 г. Генеральная Ассамблея ООН приняла Комплекс принципов и правил ООН по вопросам конкуренции. Исходя из этого запрещалось: заключать соглашения об установлении цен, в том числе цен на экспортные и импортные товары, сговариваться по заявке или фальсификации заявки, принимать соглашения о разделе рынков или потребителей. С этого времени в мире начался бурный процесс принятия конкурентного законодательства. В развитых странах конкурентная политика используется более ста лет. За этот период было накоплено много принципов регулирования деятельности монополий и стимулирования экономической конкуренции на международном уровне.

Для современного этапа развития европейской конкурентной экономической политики характерны следующие особенности:

- сформирована конкурентная политика во всех европейских странах;
- созданы Комиссии по конкуренции в ЕС, Национальный антимонопольный орган в ЕАЭС которые осуществляют контроль за слияниями форм; пресечением и применением санкций за злоупотребление доминирующим положением фирм и ограничением конкуренции в естественной монополии; предоставляют займы и кредиты для стимулирования конкурентных начал;
- выработаны принципы согласования конкурентной политики стран в рамках межгосударственных объединений;
- реализуются комплексные правила международной торговли в ВТО [1].

Европейская конкурентная политика построена на принципах регулирования и ограничения монополистической деятельности. Во всех странах Европейского Союза действует национальное конкурентное законодательство, согласованное с общеевропейским. Европейское экономическое законодательство запрещает фиксировать цены, ограничивать или контролировать экономику, делить рынок, навязывать товары или условия, злоупотребление доминирующим рыночным положением. Все члены ЕС стремятся улучшить конкурентные условия. Цель конкурентной политики ЕС развитие рыночно-конкурентной среды, как в пределах отдельных стран, так и обеспечение взаимодействия участников общего рынка стран-членов ЕС. Эффективным элементом конкурентной политики в европейских странах является «перекрестный контроль», когда реализация конкурентной политики разделена между несколькими органами, применение жестких санкций за нарушение конкурентного законодательства.

Таким образом, конкурентная политика, проводимая в ЕС, является системной и согласованной за счет контроля на наднациональном уровне и формирует возможные пути его использования для совершенствования конкурентной политики на территории единого экономического пространства. В рамках единого экономического пространства уже созданы институциональные основы для эффективной конкурентной политики. Например, Межгосударственный совет по антимонопольной политике, Штаб по совместным расследованиям нарушений антимонопольного законодательства; заключаются многосторонние договоры и соглашения по различным аспектам реализации

конкурентной политики, разработаны Законы «Об общих принципах регулирования защиты прав потребителей», «О защите экономической конкуренции». На территории единого экономического пространства действует «Соглашение о единых принципах и правилах конкуренции», в рамках которого разработана методика оценки состояния конкуренции и определения монопольно высоких (низких) цен; порядок наложения штрафных санкций; порядок рассмотрения заявлений о нарушении правил конкуренции; порядок рассмотрения дел о нарушении правил конкуренции и др. [2].

Таким образом, на сегодняшний день сформирован основной пакет нормативных документов, которые направлены на реализацию конкурентной политики на территории единого экономического пространства, но требуется интенсификация усилий по их реализации соответственно европейскому опыту. Страны с трансформационной экономикой не должны копировать опыт развитых стран. Любые нововведения в конкурентной политике должны применяться только после глубокого научного изучения существующих вопросов, проведения детального анализа влияния той или иной нормы и возможности ее использования в данном конкурентном законодательстве.

Список использованной литературы

1 Батова, Н.Н. Эволюция и современные тенденции развития конкурентной экономической политики / Н.Н. Батова [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://vesti.belal.by/vesti/pdf/20170301.pdf>. – Дата доступа: 30.01.2019.

2 Юлегин, А.А. Антимонопольное регулирование и защита конкуренции на трансграничных рынках Таможенного Союза и Единого экономического пространства / А.А. Юлегин, Тюник А.В., Ковалев А.В. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eurasian-advocacy.ru/politika-i-ekonomika-evrazii/141>. – Дата доступа: 30.01.2019.

А. А. КАПРАЛОВА

(г. Вильнюс, Европейский гуманитарный университет)

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НОВОЙ КЛАССИЧЕСКОЙ И ПОСТКЕЙНСИАНСКОЙ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ШКОЛ

Современная стадия развития экономических школ возникла во второй половине XX века. В это время начали зарождаться такие теории, как новая классическая, посткейнсианство, неинституциональная, нелиберальная, поведенческая и др. В данной работе проведен сравнительный анализ таких школ мысли, как новая классическая и посткейнсианство. Также рассмотреть в каких аспектах они отличаются от теорий, лежащих в их основаниях.

Новая классическая школа зародилась в конце 1970 – начале 1980 годов. В различных источниках можно встретить большое количество различных названий: теория макрорациональных ожиданий (Франко Модильяни), новая классическая макроэкономика (Джеймс Тобин), ответвление монетаризма с рациональными ожиданиями (Беннетт Маккаллум), школа Лукаса – Сарджента – Уоллеса (Кевин Гувер) и др. В них отражаются как имена известных основоположников и последователей, так и основные гипотезы, как, например, о рациональном характере ожиданий рыночных субъектов. Причиной возникновения данной школы стала неспособность правительства Соединённых Штатов Америки справиться со стагфляцией 1970-х годов, используя кейнсианскую и некейнсианскую модели.

Некоторые исследователи считают, что новая классическая школа является ответвлением монетаризма. Действительно, можно провести некоторые аналогии. Теоретические взгляды новой классической школы берут своё основание у монетаристской трактовки количественной теории денег. Также такие её известные представители как

Роберт Лукас младший и Джон Сарджент являются представителями Чикагского университета, каковым был и Милтон Фридман. Основным же различием является то, что в теории новой классической школы и работодатели, и работники способны прогнозировать будущие изменения в экономике, основываясь на провозглашённой правительством политике (теория рациональных ожиданий), в то время как в монетаризме – неспособны (адаптивные ожидания).

Далее рассмотрим теорию посткейнсианства. Она появилась в 1950 – 1960-х годах на основе противоречивости неокейнсианской школы объективным законам развития, так как государственное правительство было неспособно обеспечивать полную занятость и равновесие спроса и предложения. Новое течение сформировалось в результате слияния двух идейных направлений: американского неортодоксального кейнсианства (представителями которого являлись Роберт Клауэр, Аксель Лейонхуфвуд, Хайман Мински) и английского левого кейнсианства (представители – Джоан Вайолет Робинсон, Николас Калдор и Пьеро Сраффа).

Основными различиями между посткейнсианской школой и её предшественницами являются следующие положения. Во-первых, они остро критиковали основные положения неокейнсианской модели, в особенности теории предельной полезности и предельной производительности. Во-вторых, посткейнсианцы возродили традиции неорикардизма и на этом основании переосмыслили экономическую теорию стоимости, капитала, прибыли и т.д. И в-третьих, ввели понятие социально-экономических институтов, олицетворяющие экономическую действительность, и тем самым расширили спектр своего анализа.

Далее рассмотрим, в чём же заключаются основные разногласия между новой классической моделью и посткейнсианством. В основе посткейнсианства лежит концепция неопределённости субъектов рынка. Вследствие этого люди формируют институты для её минимизации. Государство здесь играет роль «регулирующего» и «надсмотрщика»: его главная функция заключается в обеспечении принуждения к выполнению обязательств контрактов. По словам Хаймана Мински, «децентрализованная денежная экономика не может беспрепятственно попасть в равновесие полной занятости [1]. Базисом же для новой классической теории является невмешательство правительства. Главной движущей силой рынка является интерес каждого участника, и как следствие – свободная конкуренция. Благодаря этому экономика становится равновесной и гармоничной. Любое же вмешательство правительства наносит ущерб, затрудняя достижение субъектами экономики своего оптимума. Как говорил Вальтер Ойкен, «государство не должно заниматься планированием и регулированием экономических процессов [2].

Принято считать, что теория рациональных ожиданий является отличительной особенностью новой классической школы. Она гласит, что ожидания субъектов экономики по поводу будущих событий, основанные на определённой информации, совпадают с теми, что были сделаны на базе соответствующей экономической модели. Кейнс же в работе «Общая теория занятости» утверждал, что «не существует никакой научной основы, позволяющей сформировать что-либо подобное вероятностному распределению. Мы просто не знаем» [3]. Вслед за ним один из представителей посткейнсианства Джордж Шэккл сделал акцент на «человеческих затруднениях» [4]. Субъекты экономики не могут предсказать будущее, поскольку изменения в экономике тесно связаны с изменениями в знаниях, о которых мы не можем знать до того, как они возникнут.

Одной из основных концепций в новой классической школе является равновесная теория экономического цикла Роберта Лукаса. Основной идеей является взаимодействие денежных шоков и механизмов акселерации. Необходимо отметить, что с точки зрения данной теории, шоки в экономике происходят по двум причинам: вследствие технологических новшеств и из-за неожиданного роста массы денег в обращении и, как

следствие, роста цен. Предприниматель оказывается неспособным быстро осознать, что это не рост относительных цен на его продукцию, а инфляционный подъём. Как результат он увеличивает инвестиции и уровень занятости. Такая инфляция ведёт к экономическому подъёму без роста реального совокупного спроса. Затем наступает стадия стагфляции: производители понимают свою ошибку и начинают сокращать производственные обороты и уровень занятости, но при этом цены продолжают расти.

В свою очередь последователи посткейнсианства утверждают, что рост денежной массы является не причиной инфляции, а лишь реакцией на неё. Также шоки в экономике происходят не из-за новых технологий, а по причине колебания автономных расходов. Важной особенностью данной теории является принципиально новый подход к технологическому прогрессу, который был описан в модели Калдора-Мирлиса. В целом, она представляет собой модель полной занятости. Но если в остальных моделях технический прогресс трактовался как внешний фактор экономики в том смысле, что его темпы осуществляются независимо от остальных параметров, то в данной модели он изучается в тесной взаимосвязи с накоплением капитала.

Приверженцы посткейнсианства утверждают, что конкуренция является несовершенной. Они объясняют это тем, что отношения в современном хозяйстве основываются на договорах. В этом и есть основная макроэкономическая причина слабой подвижности и негибкости цен. Договор не может основываться на изменчивости цен. Возможно только предположение их устойчивости, что позволяет составлять планы и расчёты на будущее. Это обуславливает стабильность заработной платы, которая предполагает определённые издержки производства, основываясь на которых фирма устанавливает стоимость своей продукции. Также цены слабо реагируют на изменения спроса и в некоторых случаях могут реагировать некорректно, то есть двигаться в противоположную сторону от спроса. Последователи же новой классической школы считают, что цены очень быстро реагируют на изменения в экономике, то есть являются гибкими, что приводит к установлению немедленного равновесия спроса и предложения. Следует отметить, что не все приверженцы посткейнсианства разделяют концепцию жёстких цен. Например, Питер Скотт в своей работе «Эффективный спрос, классовая борьба и циклический рост» сочетает такие два элемента как совокупный спрос и классовая борьба [5]. Примечательной особенностью является то, что цены и норма прибыли являются гибкими, но при этом условия на рынке труда не оказывают влияния на реальную заработную плату и распределение дохода.

Таким образом, новая классическая школа и посткейнсианство являются одними из самых значимых теорий современной стадии развития экономической мысли. Они зародились по причине неспособности предшествующих моделей объяснить проблемы экономики второй половины XX века. Новая классическая макроэкономическая теория является последовательницей классической школы и монетаризма, в то время как посткейнсианство – кейнсианства. Несмотря на то, что эти новые течения мысли «выходят из прошлого» как последователи, они также представляют собой новаторов и критиков.

Список использованной литературы

- 1 Whalen, Charles J. Integrating Schumpeter and Keynes: Hyman Minsky's Theory of Capitalist Development / Charles J. Whalen // *Journal of Economic Issues* – 2001. – №.4. – Pp. 805-821.
- 2 Ойкен, В. Основы национальной экономики / В. Ойкен. – М.: Экономика, 1996. – 351 с.
- 3 Keynes, John Maynard. The general theory of employment // John Maynard Keynes // *Quarterly Journal of Economics*. – 1937. – Pp. 209-223.
- 4 Shackle, George. What did the General Theory do? / George Shackle // *New Directions in Post-Keynesian Economics*, 1989.
- 5 Skott, Peter. Effective demand, class struggle and cyclical growth / Peter Skott // *International Economic Review*, 1989. – Pp. 231-247.

Е. В. КАСТЮК

(г. Минск, Академия управления при Президенте Республики Беларусь)

Науч. рук. **И. А. Даукш,**

канд. экон. наук, доц.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ГАРМОНИЗАЦИЯ МЕТОДОЛОГИИ СТАТИСТИЧЕСКОГО ИЗМЕРЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИК

Статистика инноваций является составной частью национальной системы статистического наблюдения, изучает закономерности инновационного развития экономики. Ее цель – удовлетворение потребности общества в достоверной и надежной информации о приоритетах и интенсивности распределения ресурсов, интенсивности и результативности инновационной деятельности, ее влияние на социально-экономическое развитие страны.

В процессе глобализации, развития экономического и научно-технического сотрудничества государств возникла необходимость стандартизации статистики инноваций и ликвидации национальных различий в практике учета показателей. В таблице 1 представлены этапы международной гармонизации методологии статистического измерения инновационного развития экономик.

Таблица 1 – Международные методологии статистического измерения инновационного развития экономик

Год	Организация	Методология статистического измерения инновационного развития экономик
1957	ОЭСР	Руководство Фраскати - единая методика проведения статистических обследований научных исследований и разработок
1969	Евростат	Номенклатура для анализа и сопоставления научных программ и бюджетов
1978	ЮНЕСКО	Рекомендация по международной стандартизации статистики науки и техники
1992	ОЭСР	Руководство Осло - единая методика сбора данных о технологических инновациях
1993	Евростат	Единая программа обследования инноваций (CIS)
1995	Евростат	Канберрское руководство - единая методика измерения кадровых ресурсов науки и техники
2005	ОЭСР совместно с Евростатом	Редакция Руководства Осло

Параллельно в отдельных странах проводилась подготовка стандартов по измерению продукции и отраслей высокой, средней и низкой технологии, по библиометрической статистике. В рамках пересмотра и совершенствования программ обследования проводились работы по исследованию уровня новизны инновационной продукции по количественному измерению товаров, работ, услуг, новых для мирового рынка.

В 2005г. изданы рекомендации по показателям экономической глобализации. Опыт европейского обследования инноваций при масштабной поддержке ОЭСР и Евростата получил широкое признание и стал основой для международного стандарта в

части методологии статистического измерения инноваций по всему миру. Одними из первых регулярные обследования инновационной деятельности, сопоставимые на международном уровне, стали проводить Австралия, Канада, Новая Зеландия, Турция, Япония и Россия. Программа наблюдения в этих странах в целом согласована с европейской моделью, однако в ряде случаев предусматривает дополнительные показатели, учитывающие национальную специфику.

В странах СНГ традиционное измерение инновационной деятельности осуществляется на базе российской методологии. Такой подход, в частности, используют Украина, Белоруссия, Казахстан, Молдавия (таблица 2).

Таблица 2 – Основные показатели инновационной деятельности организаций промышленного производства в странах СНГ в 2016 году*

В процентах

Страны	Совокупный уровень инновационной активности организаций	Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, в общем числе организаций	Удельный вес затрат на исследования и разработки в общих затратах на технологические инновации	Удельный вес затрат на приобретение машин и оборудования, программных средств в общих затратах на технологические инновации	Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг	Удельный вес вновь введенных или подвергавшихся значительным технологическим изменениям инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме инновационных товаров, работ, услуг		Удельный вес экспорта в общем объеме отгруженных инновационных товаров, выполненных работ, услуг
						новых для рынка	новых для организации, но не новых для рынка	
Россия	10,5	9,2	23,6	53,2	8,4	12,7	87,3	23,2
Беларусь	21,7	20,4	11,2	60,3	16,3	43,5	56,5	67,9
Казахстан	9,3	5,6	2,9	57,6	-	47,9	52,1	15,7
Киргизия**	7,4	-	0,6	97,8	0,2	-	-	36,9
Украина	18,9	-	10,6	85,3	1,4	-	-	-

Примечание: источник [1].

* Данные представлены по организациям добывающих, обрабатывающих производств, производства и распределения электроэнергии, газа и воды; данные по Казахстану включают также организации сферы услуг, строительства и сельского хозяйства.

** Данные за 2015 г. Источник: материалы национальных статистических служб

В результате эмпирических исследований были выявлены направления международной гармонизации статистического измерения инновационного развития экономик:

а) формирование статистического мониторинга эффективности функциональных элементов национальной инновационной системы;

б) организация статистического наблюдения за процессами распространения современных технологий и анализа уровня технологического развития отраслей экономик;

в) в статистических наблюдениях использовать модульную схему, позволяющую актуализировать состав получаемых сведений. В рамках отечественного статистического наблюдения в сфере инноваций необходимо предусмотреть ряд специализированных дополнительных модулей по следующим актуальным тематикам:

1) оценке мер государственного регулирования в сфере науки, технологий, инноваций;

2) исследованию процессов импортозамещения в отраслях экономики;

- 3) ю моделей управления инновациями;
- 4) исследованию факторов, стимулирующих экологические инновации;
- 5) исследованию творческого потенциала сотрудников.

Комплексное рассмотрение всех аспектов научной и инновационной деятельности и необходимых для ее осуществления ресурсов во взаимосвязи с результатами их использования позволят получить объективное представление о тенденции научно-технического и инновационного развития страны.

Список использованной литературы

1 Индикаторы инновационной деятельности: 2018: стат. сб. // Минэкономразвития России, Росстат, НИУ ВШЭ. – М., 2018.

К. Д. КИРИЛЕНКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ПРОБЛЕМЫ ВЫРАВНИВАНИЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Денежные доходы распределяются неравномерно между субъектами хозяйствования, что характерно для всех стран мира. Данное явление известно как закон Парето. Согласно этому закону существует обратная зависимость между уровнем доходов и числом их получателей. Если неравенство в оплате труда растет, то это приводит к снижению экономической активности, к снижению совокупного спроса. Это снизит стимулы для экономической активности субъектов хозяйствования и сократит производство не только на внутренний, но и на внешний рынок. Это ограничивает возможности получения дополнительного дохода и сдерживает инвестиционный процесс. Таким образом, эта цепная реакция вследствие неравномерного распределения доходов отражается на всех сферах реального сектора экономики, и, следовательно, особо актуализируется на современном этапе.

Неравномерность распределения доходов является одним из фиаско (провала) рынка, т.к. она показывает неэффективность рыночного механизма.

Многие экономисты считают, что неравномерность распределения доходов может играть и положительную роль, так как является стимулом для роста экономической активности [1, 2].

Основными причинами неравномерности распределения доходов являются:

- неравенство владения собственностью;
- различные интеллектуальные и физические способности, эти особенности приводят людей в разные сферы общественной деятельности, в каждой из которых свой уровень заработка;
- различия в уровне образования и профессиональной подготовки. Человек, имеющий большой запас профессиональных знаний, имеет больше шансов выгодно реализовать собственный труд и получить большой доход;
- неравенство доходов могут порождать дополнительные факторы. Например, удача или неудача, доступ к ценным ресурсам, различия в готовности идти на риск, уровень монополизации экономики и др.

За последние годы доходы сельского населения Беларуси стали меньше по сравнению с жителями крупных городов. Средняя зарплата в районах стала примерно на 20 %

меньше, чем в среднем по Республике. Если сравнить ее с областными центрами и Минском, то разница будет более существенна. Поскольку в последнее время во многих районах и областях уровень убыточности сильно вырос, то дополнительных источников содержания районов одной и той же области становится все меньше. Именно это обуславливает рост неравенства по оплате труда как в отдельных районах и областях, так и по республике. Выгоднее всего обстоят дела в Минской области, где сосредоточены крупные промышленные предприятия.

Для Республики Беларусь характерны следующие данные. Реальные располагаемые денежные доходы населения в январе-марте 2018 года по сравнению с январем-мартом прошлого года увеличились на 7,6 %. Разрыв между зарплатами и производительностью труда начал расти в конце 2017 года, сообщают аналитики Национального банка Беларуси. По данным аналитиков Национального банка, реальная заработная плата в первом квартале 2018 года по сравнению с аналогичным периодом 2017-го увеличилась на 13,5 %. Производительность труда, рассчитанная по ВВП, увеличилась на 5,4 %. Объем наличных денег в обороте на 1 июня 2018-го по сравнению с началом года увеличился на 7,5 % и составил 2 523,3 млн. руб. По сравнению с 1 июня 2017 года объем наличных денег в обороте увеличился на 28,8 %. В целом же рост зарплат опережает рост реальной производительности труда практически в 2,5 раза [3].

Президент Беларуси А. Лукашенко неоднократно требовал поднять уровень средней зарплаты по стране до 1 000 руб., однако до сих пор этот показатель не достигнут. В то же время, высшее руководство страны связывает возможность повышения доходов только с ростом производительности труда.

Государственная политика в Республике Беларусь на современном этапе направлена на решение двух задач: относительное выравнивание доходов наиболее уязвимых слоев населения и нейтрализацию инфляционного обесценивания доходов. Государство создает условия для воспроизводства рабочей силы, обеспечивая минимальный уровень заработной платы. Степень воздействия государства на процесс перераспределения доходов соизмеряется объемом расходов на социальные цели за счет бюджетов различных уровней, а так же системой прогрессивного или пропорционального налогообложения [4]. Так же государство обеспечивает защиту денежных доходов от инфляции, с этой целью применяется индексация, которая частично возмещает удорожание товаров и услуг. Основной задачей является выработка мер воздействия на процессы образования доходов, направления использования, покупательскую способность и распределение доходов между различными группами населения.

Предотвращению неравномерного распределения доходов в республике Беларусь способствует и эффективная система социальная защита населения.

Список использованной литературы

1 Неравенство доходов: причины и последствия [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://fb.ru/article/110190/neravenstvo-dohodov-prichiny-i-posledstviya>. – Дата доступа: 24.01.2019.

2 В Беларуси растёт неравенство в оплате труда [Электронный ресурс] – 2019. – Режим доступа: <http://naviny.by/article/20160906/1473150711-v-belarusi-rastet-neravenstvo-v-oplate-truda>. – Дата доступа: 24.01.2019.

3 Основные денежные доходы населения [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/uroven-zhizni-naseleniya/osnovnye-pokazateli-za-period-s- -po- gody 4/osnovnye-pokazateli-dohodov-naseleniya/>. – Дата доступа: 24.01.2019.

4 Основные тенденции в формировании и распределении личных доходов населения в Республике Беларусь [Электронный ресурс] – 2019. – URL Режим доступа: https://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_43/Korzhovnik%20T.%20V..pdf. – Дата доступа: 24.01.2019.

Ю. В. КУТЕРГИНА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. А. Алексеенко,**

канд. экон. наук, доц.

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современном мире человек все чаще акцентирует свое внимание на состоянии здоровья, рекреации и восстановлению сил. Этот интерес к здоровому образу жизни, спорту послужил скачком популярности санаторно-курортной индустрии, и ее выходу на один из первых планов в системе туризма.

В различных экономиках медицинский туризм играет приоритетную роль в формировании ВВП, содействию занятости, оказывает влияние на такие отрасли, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, здравоохранение и др., выступает своеобразным стабилизатором социально-экономического развития государства [1].

В настоящее время курортный бизнес лучше всего развит во Франции (более 100 здравниц), Германии, Болгарии и Румынии, Австрии, Чехии и Венгрии. Огромные успехи в развитии лечебного отдыха сделал Израиль, превративший Мертвое море в мировой курортный центр. Современные курорты развитых стран располагают, как правило, первоклассными отелями, пансионатами, местами развлечений.

Значение туризма в мире постепенно возрастает, что связано с увеличением влияния туризма на экономику отдельной страны. В странах ЕС и других промышленно развитых странах доходы от туризма составляют порядка 5,5 % ВВП. Кроме явной прибыльности, туризм на Западе является мощным фактором усиления престижа страны, роста её значения в глазах мирового сообщества и рядовых граждан. Туризм имеет социальное значение как фактор повышения образовательного уровня людей.

Доходы от туризма в экономике многих стран имеют огромное значение. Так, поступления Испании от международного туристского обмена превышают затраты на него почти в 7 раз, Турции – в 6 раз, Португалии – в 4,8 раза, Греции – 3,5, Италии – в 2 раза. Иностраный туризм как экспортная отрасль экономики, занимает первое место в государствах со средним уровнем развития, таких, как Испания – 41,7 %, Греция – 40,4 %, Португалия – 22 %, второе и третье место в высокоразвитых странах: Австрии – 32 %, Швейцарии – 10 %, Италии – 9,8 %, Дании – 8,7 %, Франции – 8,5 %.

Таблица 1 – Внешняя торговля услугами Республики Беларусь в 2005 – 2017 гг.

Показатель	2005	2010	2014	2015	2016	2017
Экспорт услуг, млн. долл. США	2 342,20	4 795,60	7 879,60	6 633,50	6 827,10	7 841,60
Темп роста к предыдущему году, %	–	129,10	105,00	84,20	102,90	114,90
Импорт услуг, млн. долл. США	1 141,10	3 007,00	5 733,10	4 390,30	4 347,80	4 797,80
Сальдо	1 201,10	1 788,60	2 146,50	2 243,20	2 479,30	3 043,80

Примечание: источник [2, с. 347].

Из таблицы 1 видно, что экспорт услуг значительно выше импорта, что оказывает положительную роль на экономику страны, обеспечивая приток денежных потоков на макроуровне. Также в последние годы темп роста экспорта услуг имеет рост, что позволяет сделать вывод о развитии внешней торговли и о наличии импортозамещения услуг. Туристскую деятельность на территории Республики Беларусь осуществляют более 600 предприятий, из которых 90 % – частные. Все они имеют лицензии

Министерства спорта и туризма Республики Беларусь. Крупнейшими отечественными туроператорами, владеющими значительной частью объектов инфраструктуры республики, являются туристские структуры Федерации профсоюзов Беларуси, Управления делами Президента Республики Беларусь и РУП «Белинтурист». Создано Национальное агентство по туризму Республики Беларусь, которое ведет работу по сертификации и стандартизации туристских услуг, переподготовке кадров.

Таблица 2 – Показатели развития санаторно-курортных, оздоровительных и других специализированных средств размещения в Республике Беларусь в 2011 – 2017 гг.

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Число оздоровительных организаций, всего	421	448	464	466	475	481	486
в том числе санаториев	73	74	74	74	75	76	76
в %	17,33	16,51	15,94	15,87	15,78	15,8	15,63

Примечание: источник [3, с. 40-50].

Из таблицы 2 видно, что количество санаториев в общем числе оздоровительных организаций имеет значительный вес около 20 %. Наблюдается устойчивый рост санаторно-курортных организаций на протяжении последних десятилетий, что свидетельствует о внимании и поддержке государства в этой сфере.

Таблица 3 – Выручка от размещения в санаторно-курортных, оздоровительных и других специализированных средствах размещения в Республике Беларусь в 2011 – 2017 гг.

Показатель	2014	2015	2016	2017
Выручка от размещения в специализированных санаторно-курортных, оздоровительных и других специализированных средствах размещения в Республике Беларусь – всего, тыс. руб.	35 688,80	40 799,60	47 717,60	55 725,20
Резиденты, тыс. руб.	29 378,50	33 275,30	39 383,60	47 563,60
Нерезиденты, тыс. руб.	6 310,30	7 524,30	8 334,00	8 161,60
Темп роста к предыдущему году, %	-	114,30	117,00	116,80

Примечание: источник [3, с. 40-50].

Из таблицы 3 видно, что выручка организаций имеет положительную тенденцию: рост достигает до 17 % к предыдущему году. Также следует отметить рост выручки от нерезидентов, что предполагает увеличение экспорта услуг, положительную динамику платежного бюджета страны.

Масштабность задач, стоящих перед Республикой Беларусь по развитию туризма как одной из приоритетных отраслей экономики, межотраслевой характер туристской индустрии и деятельности, важность туризма для оздоровления населения и формирования здорового образа жизни, воспитания подрастающего поколения на познании историко-культурных ценностей, – все это и обуславливает то значительное внимание, которое руководство Беларуси уделяет вопросам развития туризма.

Список использованной литературы

- 1 Решетников, Д.Г. Факторы формирования конкурентоспособного туристского комплекса Беларуси / Д.Г.Решетников // Белорусский экономический журнал. – 2002. – № 2. – С. 41-47.
- 2 Внешняя торговля в Республике Беларусь, 2018: стат. сб. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь – 2018. – 347 с.
- 3 Туризм и туристские ресурсы в Республике Беларусь: стат. сб. – Минск: М-во статистики и анализа Республики Беларусь, 2010. – 56 с.

О. В. НИЗАМОВА

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Н. Ф. Горбач,**

канд. экон. наук, доц.

СОСТОЯНИЕ РЫНКА ПЕРЕВОЗОК ГРУЗОВ АВТОМОБИЛЬНЫМ И ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫМ ТРАНСПОРТОМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Транспортные услуги являются главной статьей экспорта услуг Республики Беларусь. По данным Национального банка Республики Беларусь экспорт перевозки грузов в 2017 г. увеличился на 466,8 млн долл. США по сравнению с 2016 г. и достиг 2 876,5 млн долл. США, что составляет 83,25 % экспорта транспортных услуг Республики Беларусь. При этом услуги грузового автомобильного транспорта занимают наибольший удельный вес в экспорте транспортных услуг по перевозке грузов (39,05 % против 26,72 % грузового железнодорожного транспорта в 2017 г.) и являются важнейшим фактором развития транзитного потенциала страны.

Наибольший спад отмечается в сфере перевозок импорта железнодорожным транспортом. На уменьшение объема перевозок из Европы в Россию и Беларусь оказало влияние снижение импорта из европейских стран в Россию, связанные с принятыми международными санкциями. В сфере перевозок экспорта наблюдается незначительный подъем и преобладание экспортных перевозок над импортными (таблица 1).

Таблица 1 — Экспорт и импорт транспортных услуг по перевозке грузов

В миллионах долларов США

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Экспорт перевозки грузов, в т. ч.:	3 061,0	3 082,1	3 214,0	3 144,1	2 448,8	2 409,7	2 876,5
автомобильный транспорт	869,6	988,7	1 099,0	1 091,7	852,2	907,9	1 123,2
железнодорожный транспорт	775,0	851,3	918,8	807,2	609,4	583,3	768,7
Импорт перевозки грузов, в т. ч.	1 181,9	1 153,2	1 065,5	1 178,9	1 000,8	1 054,7	1 268,6
автомобильный транспорт	306,4	363,4	424,4	425,8	364,3	437,8	555,9
железнодорожный транспорт	392,9	349,5	329,4	349,8	337,1	233,0	297,1
Сальдо	1 879,1	1 928,9	2 148,5	1 965,2	1 448,0	1 355,0	1 607,9
автомобильный транспорт	563,2	625,3	674,6	665,9	487,9	470,1	567,3
железнодорожный транспорт	382,1	501,8	589,4	457,4	272,3	350,3	471,6

Ближайшим конкурентом в этой сфере бизнеса являются железнодорожные перевозки грузов. На рисунке 1 отражена динамика перевозки грузов в Республике Беларусь за 2011 — 2017 гг., учитывая, что с 2011 г. статистический учет ведется с включением данных по индивидуальным предпринимателям, осуществляющим перевозки грузов.

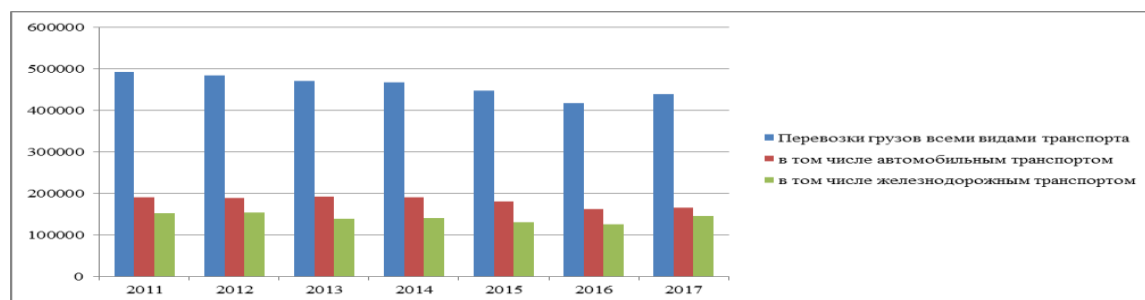


Рисунок 1 — Динамика перевозки грузов в Республике Беларусь, тыс. т

Грузооборот за 2018 г. увеличился на 4,1 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (таблица 2).

Таблица 2 — Динамика грузовых перевозок автомобильным и железнодорожным транспортом

Показатели	Грузооборот		Объем перевозок грузов	
	2018 г., млн т.км	2018 г. в процентах к 2017 г.	2018 г., тыс. т	2018 г. в процентах к 2017 г.
Грузовые перевозки всеми видами транспорта, в т. ч.	138 871,7	104,1	455 767,5	103,7
автомобильным транспортом	28 115,3	104,2	171 140,4	102,7
железнодорожным транспортом	52 573,8	108,3	157 164,0	107,4

Примечание: источник [2].

В сравнении с железнодорожными грузоперевозками автомобильные грузоперевозки постепенно отвоевывают рынок грузоперевозок на расстояниях не более 1 500 км за счет своей мобильности в доставке грузов и гибкой ценовой политики. В отличие от автомобильных грузоперевозок тарифы на железнодорожные грузоперевозки не уменьшаются, а все время растут.

Для последовательного продолжения реализации государственной поддержки развития транспортного комплекса Республики Беларусь Правительством в 2016 г. утверждена Республиканская программа развития транспортного комплекса Республики Беларусь на 2016 – 2020 гг., которой предусмотрены показатели развития логистической деятельности, не применявшиеся в предыдущей программе [3]. Так, запланировано достижение к 2020 г. следующих целевых показателей: увеличение грузооборота транспорта до 106,8 % в 2020 г. по отношению к 2015 г. без учета трубопроводного транспорта.

Реализация вышеуказанной государственной программы позволит обеспечить: удовлетворение потребностей населения и экономики Республики Беларусь в транспортных услугах; доступность, высокое качество и безопасность услуг транспорта; развитие инфраструктуры транспорта; обновление подвижного состава; повышение скорости доставки грузов; сбалансированное развитие различных видов транспорта и транспортной инфраструктуры; улучшение инвестиционной привлекательности транспортного комплекса и развитие государственно-частного партнерства; повышение эффективности функционирования транспортного комплекса.

Таким образом, повышение конкурентоспособности грузовых перевозок будет достигнуто за счет: внедрения прогрессивных технологий; гармонизации тарифов с учетом конкуренции с другими видами транспорта; совершенствования маркетинговой работы; оптимизации транспортно-логистических схем доставки грузов; развития контейнерных перевозок грузов специализированными ускоренными поездами; применения современных информационных технологий.

Список использованной литературы

- 1 Транспорт и связь в Республике Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – 114 с.
- 2 Грузовые перевозки по видам транспорта за 2018 год [Электронный ресурс]. – Минск, 2019. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/transport/operativnaya-informatsiya_2/gruzovye-perevozki-po-vidam-transporta. – Дата доступа: 17.01.2019.
- 3 Государственная программа развития транспортного комплекса Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы: постан. Совета Мин-в Респ. Беларусь от 28 апр. 2016 г., № 345 // Эталон — Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

Н. М. ПАНАС

(г. Минск, Белорусский национальный технический университет)

Науч. рук. **Д. А. Лапченко**

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЁРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГЕТИКИ

Республика Беларусь обладает незначительными местными топливно-энергетическими ресурсами. Их большую часть стране приходится импортировать, расходуя на это значительные средства, что негативно влияет на экономику республики и, как следствие, на уровень жизни населения.

Топливо-энергетический баланс Беларуси характеризуется следующими видами ресурсов и их примерной структурой: нефть (9 %), торф топливный (45 %), газ природный попутный (7 %), возобновляемые энергетические ресурсы (38 %) и невозобновляемые отходы (1 %) [1].

По результатам 2017 г. страной было произведено (добыто) 5,67 млн. т.у.т., импорт энергоресурсов в Беларусь составил 51,8 млн. т.у.т. при экспорте 20,5 млн. т.у.т. и валовом потреблении ТЭР в республике 36,9 млн. т.у.т. [1]. Таким образом, обеспеченность местными энергоресурсами составила 15,4 %.

Поэтому вопрос энергетической безопасности в значительной степени актуален для нашей страны. Решение данной проблемы правительство видит в диверсификации топливно-энергетических ресурсов за счет вовлечения в энергобаланс ядерного топлива и возобновляемых источников энергии.

Для активного развития альтернативных источников энергии, необходимы значительные инвестиционные затраты. Государственная поддержка в виде собственных средств и кредитных ресурсов в энергетике на данный момент в основном направлена на строительство Белорусской АЭС, на реконструкцию и модернизацию действующих энергоустановок. Поэтому создание объектов возобновляемой энергетики представляется возможным только с участием частного капитала. Но энергетическая отрасль особенно важна и регулируется государством, которое не может полностью отдать бизнесу под контроль и управление объекты энергосистемы. Одним из вариантов решения этой проблемы является инвестирование с помощью механизма государственно-частного партнерства, примеров использования которого в энергетике нашей страны пока нет.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) – это такая форма долгосрочного сотрудничества государства и бизнеса, которая позволяет реализовывать важные социальные проекты с помощью инноваций и ресурсов частного партнера.

В связи с ограниченностью государственного бюджета, Министерство энергетики предлагает частному партнеру взять на себя финансирование планируемых к реализации объектов возобновляемой энергетики в рамках механизма ГЧП.

В рамках инвестирования с помощью прямых иностранных инвестиций предусмотрена реализация инвестиционного проекта в гидроэнергетике страны «Строительство Бешенковичской ГЭС 33 МВт» с ориентировочным объемом инвестиций в размере 186 млн. долл. США. Данный инвестиционный проект планируется реализовать в рамках государственно-частного партнерства по схеме «ВОТ» (Build-Operate-Transfer (Строительство-эксплуатация-передача)). Такая схема инвестирования предполагает, что частный партнер после строительства объекта получает правомочие на управление и обслуживание объекта в течение срока действия соглашения, после чего он передается государственному партнеру.

Республика Беларусь гарантирует покупку с учетом коэффициентов всего объема электроэнергии, производимой гидроэлектростанцией.

Для гидроэнергетических установок эти коэффициенты имеют следующие значения: в первые десять лет эксплуатации – 1,1; последующие десять лет эксплуатации – 0,85; более двадцати лет эксплуатации станции – 0,45.

Реализация проекта по строительству гидроэлектростанции под Бешенковичами однозначно будет иметь социально-экономический и эколого-туристический эффекты, которые выражаются в следующем:

- увеличение выработки электрической энергии с использованием возобновляемых источников энергии позволит повысить уровень энергетической самостоятельности страны;

- выработка 130 млн. кВт·ч, эквивалентно замещению 41,3 тыс. т.у.т. в год (9,65 млн. долл. США), что снижает зависимость экономики Республики Беларусь от импортируемых энергоресурсов;

- создание порядка 10 рабочих мест;

- снижение выбросов вредных веществ в атмосферу;

- повышение эффективности борьбы с наводнениями;

- обустройство зоны отдыха на водохранилище Бешенковичской ГЭС даст возможность развитию туристического потенциала Витебской области [2].

Таким образом, проект строительства Бешенковичской гидроэлектростанции целесообразен как для частного партнера в виде ежегодных рент, так и для государства в виде приобретения новой мощности для развития собственного энергетического потенциала.

Список использованной литературы

1 Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 15.01.2019.

2 Государственно-частное партнерство [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://pppbelarus.by>. – Дата доступа: 11.01.2019.

А. И. ПАНЬКОВА

(г. Могилёв, Белорусско-Российский университет)

Науч. рук. **В. А. Ливинская,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПРИРОСТА ВНЕШНЕЙ МИГРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Демографическая ситуация Республики Беларусь находится под пристальным вниманием ее руководства. Регулярно издаются статистические сборники, в которых отражаются все факторы, влияющие на численность населения республики. Помимо естественного прироста населения, который исчисляется как разность между родившимися и умершими гражданами Республики Беларусь, анализируется так называемый механический прирост – разность между выбывшим и прибывшим населением на постоянное место жительства. Механический прирост, в свою очередь, состоит из суммы сальдо внутренней и внешней миграции.

Если внутреннее перемещение граждан по территории не представляет угрозы для численности, то размер, структуру внешней миграции следует анализировать регулярно, пытаться выявлять негативные факторы, своевременно принимать соответствующие управленческие решения. В данной работе приведен сравнительный анализ миграционного прироста(убыли) населения в разрезе областей Республики Беларусь, по возрастному признаку за последние три года. Информация получена из официального

источника, размещенного на сайте Национального статистического комитета нашего государства [1].

Так, по данным «Демографического ежегодника – 2018», в Республику Беларусь за период с 2015 года по 2017 год прибыло на постоянное место жительства 68 348 чел., причем наибольшее число прибывших зафиксировано в 2015 году, что объясняется известными политическими процессами в соседней Украине. Выехало из страны за этот же период 38 040 чел., т.е. в общем, можно констатировать прирост численности за счет внешней миграции на 30 308 чел. Однако если рассмотреть динамику миграционного прироста в разрезе областей Республики Беларусь (рисунок 1), можно заметить сильную дифференциацию ее по регионам. В Минске и Брестской области прибыло в страну больше, чем выехало.

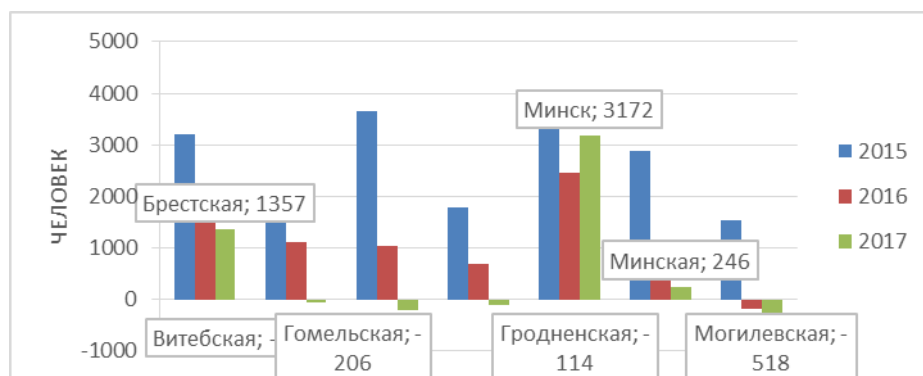


Рисунок 1 – Динамика сальдо внешней миграции по областям Республики Беларусь в 2015 – 2017 гг.

Так, в Витебской, Гомельской, Гродненской, Могилевской областях наблюдается отрицательное значение показателя, причем в Могилевской области количество выехавших на постоянное место жительства в другие государства максимальное.

Если рассмотреть сальдо внешней миграции в разрезе возрастного диапазона, то в 2017 году уехало из страны на 1310 человек больше, чем приехало в возрасте от 29 до 54 лет, т.е. население в трудоспособном возрасте, а приехало на 1894 больше, чем уехало человека в возрасте старше 55 лет.

Среди стран, которые выбирают наши граждане, лидирует Россия. По данным исследования «Миграция в России. Предварительные итоги 2017 года», подготовленном российским Институтом демографии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», из Беларуси в Россию переехало почти 18 тыс. чел. в 2014 году, 17,7 тыс. чел. – в 2015-м, 14,5 тыс. чел. – в 2016-м. А уехало из России в Беларусь 11 тыс. россиян, почти 13 тыс. и 12,4 тыс. соответственно. В 2017 году в Россию переехала 21 тыс. белорусов, а из России в Беларусь уехали 9,5 тыс. россиян [2].

Конечно, на этот результат оказало влияние множество факторов. Меняют гражданство по различным причинам, среди которых и вступление в брак, и воссоединение семей. Однако не стоит умалять такой фактор, как поиск более привлекательных стран для трудоустройства. Не секрет, что в малых городах и районных центрах проблема трудоустройства с достойной зарплатой стоит довольно остро. Свободное передвижение, отсутствие языковых барьеров, единые образовательное и трудовое поле, более высокий уровень средних зарплат в соседней стране мотивируют молодых менять не только прописку, но и гражданство.

Так, в 2017 году миграционная убыль граждан в возрасте 16 лет и старше с высшим и средним специальным образованием составила 1 944 чел. Это конечно, очень опасная тенденция, так как уезжают, в основном, белорусы более талантливые, чем

средний гражданин, получившие в нашей стране квалификацию и навыки строителей, врачей, программистов, что позволит им без труда конкурировать на рынке в любой стране, а в России особенно. Тем более, что уезжают в основном в столичные мегаполисы (Москва, Санкт-Петербург), которые динамично развиваются и способны трудоустроить наших граждан. Для разворота тренда в обратную сторону необходимо привлечение внимания общественности к проблеме оттока молодёжи из села, привлечение инвестиций для создания новых рабочих мест в районных центрах, содействие развитию малого бизнеса.

Список использованной литературы

1 Демографический ежегодник Республики Беларусь – 2018 [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/demografiya_2/metodologiya-otvetstvennye-za-informatsionnoe-s_2/index_10770. – Дата доступа: 15.01.2019.

2 ДЕМОСКОП weekly // Демографический интернет-еженедельник [Электронный ресурс]. – М.: Ин-т демогр. Национ. иссл-о ун-та «Высшая школа экономики». –2019. – Режим доступа: <http://www.demoscope.ru/weekly/2018/0763/barom01.php>. – Дата доступа: 15.01.2019.

А. О. ПАШНИН

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Б. В. Сорвилов,**

д-р экон. наук, проф.

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА КРАУДФАНДИНГА ЗА ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ В РОССИИ

Краудфандинг позволяет предпринимателям привлечь финансирование на реализацию своих проектов от широкого круга мелких инвесторов (спонсоров). Помимо получения финансирования на реализацию проекта, результатом успешной классической краудфандинговой кампании может являться привлечение покупателей и последователей проекта, решение различных маркетинговых задач от рекламных до определения целевой аудитории продукта.

Наиболее распространенным видом краудфандинга является краудфандинг за вознаграждение, который предполагает получение спонсором определенного вознаграждения от авторов проекта за свой финансовый взнос. Обычно он работает по модели «Все или ничего», когда проекты получают собранные средства только в том случае, если получают всю заявленную целевую сумму в определенный срок.

Именно по такой модели работают наиболее известные российские краудфандинговые платформы Planeta (planeta.ru) и Boomstarter (boomstarter.ru), которые начали функционировать в 2012 году. На текущий момент эти две площадки являются лидерами рынка краудфандинга за вознаграждение в России, а сам рынок имеет по сути олигополистическую структуру. На рынке существуют и другие краудфандинговые платформы с моделью «за вознаграждение», однако они занимают незначительную долю рынка и часто концентрируются на какой-то определенной узкой рыночной нише (например, медицинские продукты) или географическом регионе. Большинство размещенных проектов на этих сайтах – в категории «Культура». Активно финансируются книги, фильмы и музыкальные проекты. Также периодически продуктовым проектам получается привлечь финансирование на российских платформах.

На сайте Planeta с момента ее создания было собрано более 980 млн. росс. руб. (более 22 млн. долл. США по среднему курсу) [1] для 5,5 тысяч проектов. 24 проекта собрали более 1 млн. росс. руб. (более 20 тыс. долл. США) каждый. Среди них – 4 различные кампании на выпуск нескольких альбомов музыкальной группы Би-2, проекты

выпуска музыкальных альбомов групп Аквариум и Алиса (в том числе самый крупный проект, который собрал более 11 млн. росс. руб., или 170 тыс. долл. США) и других популярных рок-проектов. Также очень успешными оказались мультфильмы, книги, мюзиклы, спектакли и даже телепередачи и создание интернет-радио. Среди проектов-миллионеров – всего два социальных проекта: создание мемориалов жертвам политических репрессий (1,5 млн. росс. руб. или 43 тыс. долл. США) и строительство центра помощи животным (5,5 млн. росс. руб. или 157 тыс. долл. США). Общее количество спонсоров на платформе, которые поддержали какой-либо проект, превышает 830 000 человек. В среднем, каждый третий проект на платформе успешен. Исследователь краудфандинга Евгений Торкановский подчеркивает, что большинство крупных успешных проектов на российских краудфандинговых платформах запускаются от имени известных и популярных людей, артистов и музыкантов, которые уже имеют свою аудиторию и известность, и именно благодаря этому проекты становятся настолько успешными [2]. Авторы проектов на planeta.ru могут получать собранные денежные средства в том случае, если проект собрал более 50 % от заявленной суммы, но не достиг 100 % сбора, а также продлевать срок проекта.

На второй российской краудфандинговой платформе – Boomstarter – 1 858 проектов добились успеха, было собрано более 374 млн. руб. (8 млн. долл. США), а проекты поддержало более 200 тысяч спонсоров [3]. Структура и категории проектов-рекордсменов на boomstarter.ru кардинально отличаются от planeta.ru, что говорит об определенной специализации обеих платформ. Так, на Boomstarter целых семь проектов, собравших более миллиона росс. руб., – в категории «Дизайн». Это стол, разделочная доска, сборный велосипед, рамка для автомобильного номера, и рекордсмен – надувной диван, который в двух кампаниях собрал в сумме почти 7 млн. росс. руб. (127 000 долл. США). Четыре проекта собрали больше миллиона рублей в категории «Еда»: проект, направленный на развитие крестьянского хозяйства, проекты по производству карамельного мусса и по строительству фабрики и производственного цеха. 9 рекордсменов в категории «Игры», причем большинство игр – настольные, в том числе лидер – настольная игра «Серп», собравшая 7 млн. руб. (117 тыс. долл. США). Также в списке фестиваль игр и видеоигра, а также сеть квестов в реальности (офлайн-услуга). Собрали больше миллиона рублей пять книг, два фестиваля, календарь, 7 общественно-социальных проектов, пять фильмов, пять около-технических проектов. Видно, что платформа Boomstarter в целом более тщательно подходит к отбору проектов, этим объясняется большая доля крупных успешных проектов. Также на платформе больше проектов, связанных с малым предпринимательством и различных продуктов, в то время как Planeta больше фокусируется на культурных проектах: различных книгах и музыкальных альбомах.

Технологические проекты и приложения в целом не получили значительной поддержки и распространения. Лидеры среди технологических проектов обычно собирают до 10-15 тыс. долл. США. В то же время, технологические проекты из России иногда представлены на наиболее известной мировой площадке Kickstarter. Известна история российских компьютерных игр, собравших на мировой платформе 700 тыс. долл. США и 500 тыс. долл. США, а также технологического решения для защиты глаз при просмотре телевизора от российского изобретателя, на которое было собрано более полу-миллиона долларов. Это говорит о том, что технологические проекты изначально расширяют аудиторию своих потенциальных спонсоров и будущих покупателей до мировой, так как делают свои продукты с целью продаж по всему миру, в то время, как культурные проекты на стадии, на которой они нуждаются в финансировании с помощью краудфандинга, обычно являются достаточно локальными, и привлекать финансирование на мировой платформе для них нецелесообразно.

На российских платформах существует множество примеров, когда после неудачной краудфандинговой кампании автор все равно реализовывал проект на другие средства и добивался успеха со своим проектом. Краудфандинг помогал таким проектам верифицировать идею и вовремя внести необходимые изменения в продукт, процесс или команду, определить целевую аудиторию и каналы продвижения и продаж. Также есть кейсы, когда после краудфандинговой кампании авторам удавалось найти бизнес-ангелов, получить предложения об инвестировании или ином финансировании не через краудфандинговую платформу, что говорит и о наличии косвенного финансового эффекта от краудфандинга. Например, в России инвесторов после краудкампании нашли разработчики Animo, умной кормушки для животных, режиссер Виктором Гинзбургом, предприниматели из фермерского кооператива LavkaLavka.

Список использованной литературы

- 1 Официальный сайт краудфандинговой площадки «Planeta» [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://planeta.ru>. – Дата доступа: 31.01.2019.
- 2 Torkanovskiy, E. Non-equity Crowdfunding as a National Phenomenon in a Global Industry: The Case of Russia / E. Torkanovskiy // Crowdfunding in Europe: State of the Art in Theory and Practice / ed. D. Bruntje and O. Gajda. – Springer International Publishing, 2015. – Pp. 115–123.
- 3 Официальный сайт краудфандинговой площадки «Boomstarter» [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://boomstarter.ru>. – Дата доступа: 31.01.2019.

А. Н. ПЛАХОТНЮК

(г. Киев, Киевский национальный экономический университет имени В. Гетьмана)

Науч. рук. **Н. А. Бойко,**

канд. пед. наук, доц.

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В СФЕРЕ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

Франчайзинг создает условия быстрого продвижения новых технологий в производственной сфере и в сфере услуг. Поскольку данная отрасль не требует значительных затрат и особых условий для развития, франчайзинг можно развивать в странах с низким уровнем экономики в сфере туризма.

Одним из перспективных направлений в развитии туристической индустрии в Украине является создание франчайзинговых сетей. В туристическом бизнесе Украины франчайзинг недостаточно популярен. Основными причинами выступает отсутствие надлежащей законодательной базы по осуществлению деятельности в системе франчайзинга, а также недооценка предпринимателями его эффективности.

Франчайзинг – это система, которая позволяет компании (франчайзеру) предоставлять предпринимателю (франчайзи) право на продажу продукта и услуг этой компании. Франчайзи обязан продавать продукт или услуги по заранее определенной контрактным соглашением, которое заключается между компанией и предпринимателем [1].

В туризме, как и в любой сфере, компания франчайзер передает франчайзи все правила и принципы работы компании. Перед тем, как начать работу под торговой маркой франчайзера, франчайзи проходит курсы по организации работы.

Существуют такие виды платежей во франчайзинговых отношениях:

– первый франчайзинговый взнос уплачивается за получение права деятельности торговой маркой на определенной территории;

– роялти – вклад, который оплачивается ежемесячно / ежегодно (согласно условиям договора) за использование торговой марки (обычно устанавливается в процентах от объема доходов);

– взнос за рекламные средства который используется франчайзи на своей территории. [2]

Сотрудничество с франчайзером не ограничивает самостоятельную деятельность франчайзи. Предприниматель, обладающий франшизой, имеет право действовать по своему усмотрению, не нарушая условия договора. В законодательстве Украины не упоминается термин «франшиза», однако есть соответствие – «коммерческая концессия». Украинское законодательство не имеет разъяснений о договоре на получение или продажу франшизы. Однако заключение такого договора возможно по условиям Ст. 42 Конституции Украины: «Каждый имеет право на предпринимательскую деятельность, не запрещенную законом» [3]. Также в законодательной базе Украины важная проблема налогообложения роялти. Согласно Ст. 1 п. 1.11. Закона Украины «О НДС» от 3 апреля 1997 года это определяется тем значением, имеющееся в Законе Украины «О налогообложении прибыли предприятий» (п. 1.30.) от 22 мая 1997 года (с дополнениями) [3].

Туристическая франчайзинговая компания ничем не отличается от франчайзинговых предприятий в других сферах экономики. В настоящее время количество франчайзинговых предприятий имеет устойчивую тенденцию роста (рисунок 1).



Рисунок 1 – Динамика числа франчайзинговых компаний в сфере туризма в Украине [4]

Для эффективной деятельности франчайзинговых туристических компаний и увеличения их количества необходимо создание определенной экономической модели развития системы франчайзинговых отношений на территории Украины.

Предполагаем, что создание эффективной модели развития франчайзинговых отношений в сфере туризма может проходить в несколько этапов:

I этап «Мониторинг туристических услуг франчайзинговых предприятий» – это этап исследования ценообразования и перечня услуг на франчайзинговом туристическом рынке. Установление зон распространения предпринимательской деятельности в системе франчайзинга в сфере туризма.

II этап «Определение перспектив развития франчайзинга». Это проведение анализа в системе франчайзинга туристических предприятий и определение собственных перспектив развития данного рынка.

III этап «Определение финансовых аспектов франчайзинговой деятельности» – привлечение финансовых инвестиций, необходимых для осуществления деятельности в системе франчайзинга. Распределение взносов, существующих во франчайзинге:

роялти и других платежей, оценка рентабельности предприятий, работающих в системе франчайзинга.

IV этап: для франчайзера – «Разработка стратегий и активная позиция на рынке». Разработка стратегий развития бизнеса в системе франчайзинга. Это выбор конкурентоспособной деятельности, создание и продвижение рекламы, участие в выставках, форумах и других мероприятиях (для франчайзера); для франчайзи – «Поиск партнеров по франчайзингу». Поиск франчайзера, который осуществляет деятельность, в которой заинтересован будущий франчайзи.

V этап «Подписание договора между франчайзи и франчайзером» [5]. Важно отметить, что данный договор заключается на определенный период. По окончании действия договора предоставляется возможность его перезаключить, или же отказаться о дальнейшей его активации. Договор составляет компания франчайзера, поэтому франчайзи должен внимательно читать все условия и в дальнейшем в обязательном порядке их выполнять. За невыполнение условий договора существуют санкции, которые также определяет компания франчайзера.

Договор для франчайзера – это, прежде всего, обеспечение сохранности коммерческой тайны и сохранения имиджа компании. Считаем необходимым установление в договоре и дополнительных обязанностей: определенных условий реализации и продвижения туристических услуг, территориальное размещение офисов и других помещений, сроки представления отчетов от компании франчайзи.

VI этап «Функционирование предприятий франчайзера и франчайзи» – итоговый и самый важный этап всей модели развития франчайзинга в сфере туризма. На данном этапе следует осуществлять постоянный мониторинг начала деятельности, что даст возможность своевременно определять и исправлять недостатки. На заключительном этапе франчайзи следует полагаться на опыт франчайзера и выполнять наставления в управлении франчайзинговой компанией. Компания франчайзера предоставляет установленный франчайзинговый пакет – определенный набор стандартов, которым должен следовать франчайзи, для гарантий экономического развития нового предприятия.

Проанализировав важные аспекты функционирования франчайзинга в сфере туризма можно сделать выводы:

- важно сначала определить вид деятельности в сфере туризма и выбрать нужную модель эффективного функционирования и внедрения франчайзинга;
- существует множество моделей эффективного функционирования франчайзинговых предприятий. Однако следует учитывать, что для туристической отрасли характерна постоянная положительная динамика. Поэтому, подбирая модель развития, следует учитывать современные условия функционирования франчайзинга;
- для развития франчайзинга в сфере туризма в Украине необходимым является соответствие законодательной базы, которая бы отвечала мировым европейским требованиям и стандартам;
- улучшение законодательной базы поможет привлечь иностранных франчайзеров к сотрудничеству на украинском рынке;
- развитие франчайзинга в Украине будет способствовать экономическому росту страны и повысит ее конкурентоспособность на международном туристическом рынке.

Список использованной литературы

- 1 Терехов, В. И. Франчайзинг как форма международного трансфера технологий / В. И. Терехов, Л. В. Максимчук, О. А. Бадзя // Актуальные проблемы экономики. – 2007. – № 7. – С. 90-97.
- 2 Мендельсон, М. Руководство по франчайзингу / М. Мендельсон. – М.: Сибли Интернэшнл, Инк, 1995. – 121 с.
- 3 Законы Украины [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Дата доступа: 15.01.2019.

4 Официальный сайт компании Franchise Group [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://franchisegroup.com.ua>. – Дата доступа: 15.01.2019.

5 Франчайзинговый договор [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.slideshare.net>. – Дата доступа: 15.01.2019.

А. П. РАВКОВСКАЯ

(г. Гомель, Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого)

Науч. рук. Л. Л. Соловьева,

канд. экон. наук, доц.

SWOT-АНАЛИЗ ГОСТИНИЧНОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Одним из наиболее эффективных методов анализа маркетинговой среды является SWOT-анализ. Этот метод анализа является необходимым элементом исследований, обязательным предварительным этапом при составлении любого уровня стратегических и маркетинговых планов. Данные, полученные в результате ситуационного анализа, служат базисными элементами при разработке стратегических целей и задач компании [1]. С помощью SWOT-анализа можно выявить и структурировать сильные и слабые стороны отрасли, потенциальные возможности и угрозы. Сильные стороны обеспечивают конкурентное преимущество на рынке или более выгодное положение в сравнении с конкурентами. Слабые стороны – недостатки, причины неконкурентоспособности на рынке. Возможности организаций позволят компании увеличить объем продаж или нарастить прибыль. Угрозы компаний могут снизить объем продаж или уровень прибыли гостиничного хозяйства в будущем.

В таблице 1 представлена комплексная оценка возможностей и угроз для сферы гостиничных услуг по Республике Беларусь с учетом сильных и слабых сторон, возможностей и угроз.

Таблица 1 – SWOT-анализ гостиничной индустрии Республики Беларусь

	Сильные стороны	Слабые стороны
	Возможности / Угрозы	Большая вместимость гостиниц
Широкий ассортимент оказываемых услуг		Завышенные цены в столичных гостиницах
Достаточно гибкая ценовая политика		Снижение загрузки гостиниц
Выгодное месторасположение белорусских гостиниц (в центре города или на окраине, вблизи дороги)		Наличие убыточных гостиниц
		Наличие старых (неотремонтированных) номеров
		Непродуманная политика продвижения гостиничного продукта
		Недостаточно высокая квалификация персонала
Возможности	Стратегия №1	Стратегия №2
Проведение в Беларуси международных спортивных мероприятий	Повышение имиджа гостиничного хозяйства среди белорусских потребителей, местного населения; привлечение новых постояльцев из соседних регионов; создание рекламной кампании, направленной на привлечение иностранных клиентов	Переоборудование в старых номерах; модернизация убыточных отелей; повышение квалификации сотрудников деятельности, участие работников гостиницы в тренингах, обучающих программах, семинарах по повышению качества обслуживания постояльцев; усиление рекламной активности
Внедрение современных технологий (компьютеризации, Интернет-бронирования, систем управления и т.д.)		
Проведение в Беларуси международных культурных мероприятий		
Введение безвизового режима для иностранных туристов на срок до 30 дней		

Окончание таблицы 1

Угрозы	Стратегия №3	Стратегия №4
Появление новых конкурентов или новых маркетинговых технологий	Разработка гостиничного продукта, подходящего под измененные вкусы потребителей; привлечение местных жителей в местные гостиницы с помощью создания новых видов услуг (спорткомплекс, бассейн, сауна, кафе, СПА-салон и др.)	Поиск новых партнёров и поставщиков, с целью снижения затрат; применение новой ценовой стратегии (снижение цен, особые цены для постоянных клиентов, скидки); снижение издержек, за счёт реорганизации рабочих мест; проведение активных мероприятий по стимулированию сбыта; оказание дополнительных услуг клиентам, нацеленное на длительное сотрудничество с клиентами в будущем
Угрозы конкуренции со стороны новых строящихся гостиничных сетей		
Нестабильная налоговая и экономическая политика государства		
Уменьшение платёжеспособности населения		
Повышение цен, инфляция, изменение курсов валют		
Повышение спроса на товары-субституты (аренда квартир, бюджетные хостелы и др.)		

Как видно из таблицы 1, в Республике Беларусь для дальнейшего успешного развития гостиничного бизнеса необходимо приложить немало усилий:

- вложиться в рекламу, которая бы информировала горожан и иностранных туристов о возможностях гостиницы в том или ином регионе;
- произвести ремонт или замену технического оборудования в убыточных отелях;
- внедрить в деятельность гостиниц новые технологии (автоматизация, компьютеризация и др.);
- повысить качество обслуживания в гостиницах за счёт повышения квалификации персонала и т.д.

Кроме того, необходимо расширить перечень дополнительных услуг, предоставляемых гостиницей, будь то проведение акций в социальных сетях, установка вендинговых автоматов или открытие сувенирного киоска [2]. Это даст возможность гостиницам привлечь новых постояльцев, а также увеличит спрос на предоставляемые услуги не только у туристов, но и среди местного населения.

Отметим, что в качестве мер по налаживанию коммуникаций с потенциальными и постоянными клиентами гостиниц лучше использовать мероприятия, направленные, прежде всего, на установление более прочных контактов с аудиторией [3]. Например, стимулирование активности в социальных сетях или реклама гостиничных услуг на местном телевидении. Конечная цель проведения таких мероприятий – увеличение объёма продаж, а также повышение лояльности потребителей к данной конкретной организации и её услугам. Проведение конкурса в социальных сетях позволит организации повысить вовлеченность подписчиков, расширить охват и привлечь новых подписчиков, а также продвинуть свой продукт и повысить лояльности к нему. И если проведение розыгрышей и другая деятельность по стимулированию продаж используется белорусскими гостиницами всё чаще и чаще, то рекламу на телевидении или радио почему-то до сих пор сбрасывают со счетов.

Все вышеописанные меры действительно имеют практическую значимость и направлены на совершенствование деятельности гостиничного предприятия, поскольку позволяют повысить их конкурентоспособность и расширить сферу деятельности гостиницы для привлечения новых постояльцев.

Главной проблемой развития гостиничного хозяйства в Беларуси можно признать неоптимальное соотношение цены и качества предоставляемых услуг, недостаточную информированность местного населения об услугах, оказываемых местными гостиницами, а также целый ряд факторов, связанный с различного рода экономико-политическими тенденциями (инфляция, изменение валютных курсов, ужесточение законодательства, нестабильная налоговая политика государства и т.д.).

Список использованной литературы

1 Кадышева, Е. Методика проведения SWOT-анализа. Образцы матриц SWOT / Е. Кадышева [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – Режим доступа: <http://marketing.by/main/school/theory/0012841/>. – Дата доступа: 25.01.2019.

2 Равковская, А. П. Организация сувенирного киоска при гостинице как средство совершенствования стратегии маркетинга // Беларусь в современном мире: матер. XI Междунар. науч. конф. студ., аспирантов и молодых уч- – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2018. – С.181-183.

3 Равковская, А. П. Использование маркетинговых коммуникаций гостиницами города Гомеля // Исследования и разработки в области машиностроения, энергетики и управления: матер. XVIII Междунар. науч.-техн. конф. студ., аспирантов и молодых уч-х – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2018. – С.523–526.

Т. П. СИНЮГИНА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ВЕНЧУРНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: МИРОВОЙ ОПЫТ И РАЗВИТИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На данный момент венчурное предпринимательство играет заметную роль в мировой экономике, а не только роль экономического института в различных странах, которые развиваются промышленно. Государства стараются сделать больше усилий, чтобы создать соответствующую зону.

Мировые процессы затронули и Беларусь. Можно заметить, что венчурное предпринимательство развивается и этому способствует его вероятное значение для инновационного развития нашего государства. Дополнительный прилив инвестиций для экономики Беларуси обеспечивают венчурные инвесторы, которые вкладывают деньги в рискованные проекты. Экономика переводится на инновационный путь развития, что и является главной задачей на данный момент. Поэтому государство формирует политику в отношении венчурного предпринимательства, которая предполагает венчурные инвестиции инновационного характера. Законодательные основы для такого определения места и роли венчурного предпринимательства в Беларуси уже заложены. Положение о порядке создания субъектов инновационной инфраструктуры, утвержденное Указом Президента от 3.01.2007г. №1, определяет венчурную организацию именно как коммерческую организацию, создаваемую для инвестиционной деятельности в сфере создания и реализации инноваций, а также финансирования инновационных проектов.

Когда осуществляется венчурный проект, идёт высокая степень риска, и эта проблема является главной в венчурном бизнесе Беларуси. Перед тем как осуществить проект проводят оценку инновационных потерь, которые могут произойти.

В Беларуси создаётся рынок рискованных инвестиций, который исходит из взаимодействия двух субъектов, они же являются и основными: венчурные фонды и инновационные организации. Появившиеся венчурные фонды в Республике Беларусь власти считают довольно подходящими. Как показывает мировая практика, венчурные организации эффективно решают задачи инвестирования инновационной деятельности.

Для того, что бы создать венчурный фонд в Беларуси нужно следовать существующим предпосылкам, которые действуют уже несколько лет. Например, это то, что в Беларуси энергично развивается стартап-движение, которое влияет на формирование бизнес-проектов. Также уже сформировался круг инвесторов, которые готовы инвестировать в молодые проекты с долей риска. Но Беларусь пока не может создавать частные венчурные фонды. Существует проблема в том, что мы имеем не большое количество стартапов, которые имеют способность продаваться в другие страны. В большей части

случаев это IT-стартапы и они нуждаются в серьезных вложениях. А отыскать в реальном секторе экономики стартап, в который захотел бы вложиться венчурный фонд, – является очень сложной задачей.

Многие страны развивают венчурное предпринимательство в данных условиях, но не Беларусь, так как она не имеет всех тех предпосылок, которые требуются. Одной из них является отсутствие развитого рынка ценных бумаг. Тем не менее, можно отметить, что возрастает проникновение зарубежных фирм на белорусский рынок интеллектуальной собственности. Этот доступ является определённым фактором, так как зарубежные фирмы финансируют средства в отечественные инновационные проекты, а это свидетельствует о заинтересованности в развитии белорусских фирм и предприятий, а не о захвате экономического пространства Беларуси.

По мнению большинства мелких и средних предпринимателей в Беларуси у нас до сих пор не сложился рынок свободного капитала, что затрудняет привлечение акционерского капитала в мелкие и средние частные компании.

Чем же обусловлено появление венчурного бизнеса в Беларуси? Во-первых, отсутствие внешних и внутренних конфликтов стабилизировало социально-политическую обстановку. Во-вторых, Беларусь расположена в самом центре Европы. Такая особенность географического положения даёт возможность Беларуси развивать производства, ориентированные как на восточные так и на западные рынки технологий сырья и сбыта. Одной из особенностей развития экономики Беларуси, которая делает её привлекательной для инвестирования, является то, что во времена СССР Беларусь являлась своеобразным «сборочным цехом» для крупных производств различной направленности. Что в свою очередь требовало высококвалифицированных специалистов в данной области. Также на тот момент в Беларуси большое внимание было отведено развитию Белорусской Академии Наук, в которой были собраны лучшие научные кадры.

Таким образом, можно утверждать, что венчурное предпринимательство может стать основой для дальнейшего развития инновационного малого бизнеса Беларуси.

Список использованной литературы

1 Национальная система венчурного финансирования — приоритетная задача [Электронный ресурс] – 2019. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/nacionalnaya-sistema-venchurnogo-finansirovaniya---prioritetnaya-zadacha-9714> . – Дата доступа: 30.01.2019.

2 Развитие венчурного бизнеса в Республике Беларусь [Электронный ресурс] – 2019. – Режим доступа: <http://www.konspekt.biz/index.php?text=53221> . – Дата доступа: 30.01.2019.

Д. С. СОЗАНЕЦ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В условиях преобразований национальной экономики и перехода к рыночной модели ценообразования важными сферами изменений становятся государственная ценовая политика, принципы формирования и регулирования цен на различные группы товаров. Ценовая государственная политика является составной частью общей государственной экономической политики и строится на тех же принципах и реализуется в рамках единой методологической концепции. За последние несколько лет, после внесения поправок и принятия ряда законодательных и нормативных актов в Республике

Беларусь была создана системная законодательная база в области ценообразования, позволяющая эффективно управлять процессами регулирования и контроля за ценообразованием в стране.

Основным является Закон Республики Беларусь «О ценообразовании», в котором установлено, что регулируемые цены (тарифы) в Республике Беларусь применяются на:

- товары (работы, услуги) субъектов хозяйствования, занимающих доминирующее положение на товарных рынках Республики Беларусь и включенных в государственный реестр;
- отдельные социально значимые товары (работы, услуги), конкретный перечень которых устанавливается Президентом или по его поручению Советом Министров Республики Беларусь.

Так, на сегодняшний день на государственном уровне осуществляется регулирование цен (тарифов) на базовые, структурообразующие виды сырья и продукции, которые определяют затраты в других отраслях экономики, на товары (работы, услуги) субъектов хозяйствования, занимающих доминирующее положение на товарных рынках республики и включенных в Государственный реестр предприятий-монополистов, а также на важнейшие социально значимые товары и услуги, оказывающие значительное влияние на жизненный уровень населения [1].

За период с 2010 по 2017 гг. в Республике Беларусь, наблюдается рост цен на различные группы товаров. Государство пытается регулировать данный рост с целью контроля уровня цен.

Наиболее активный рост цен наблюдается в 2011, 2014, 2016 годах. Пик роста цен был зафиксирован 2011 году в связи с девальвацией курса рубля в мае и сентябре 2011 года. В 2014 году рост цен был связан с валютно-финансовым кризисом, белорусский рубль равномерно снижался по отношению к доллару на 1 % в месяц. В 2016 году рост цен был связан с ростом количества убыточных предприятий [2].

Особую социальную значимость имеют цены на жилищно-коммунальные услуги. Показательно, что рост цен на услуги этого сектора превышает часто темпы роста реальной заработной платы. Это связано с ростом затратности услуг из-за снижения эффективности деятельности организаций. Затратный метод ценообразования основан на использовании установленных нормативов затрат и рентабельности, что приводит к включению в тарифы неэффективных затрат. Резкий рост цен на ЖКХ по данным открытых источников в период с 2015 по 2017 года был связан с тем, что в Министерстве жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь было принято решение о выходе к 2020 году на 100 % возмещение затрат собственниками жилых помещений по техническому обслуживанию и текущему ремонту жилого фонда [3]. Тем самым снизить затраты государства на субсидирование, что в свою очередь повлекло к повышению тарифов на ЖКХ (рисунок 1).



Рисунок 1 – Изменение цен на непродовольственные товары

Также наблюдается рост цен (относительно других товаров) на медицинские препараты, поскольку преобладающее их большинство зарубежного производства

(рисунок 2). Закупка лекарств производится в иностранной валюте, курс которой постоянно растет, следственно, цены на медикаменты тоже растут [4].

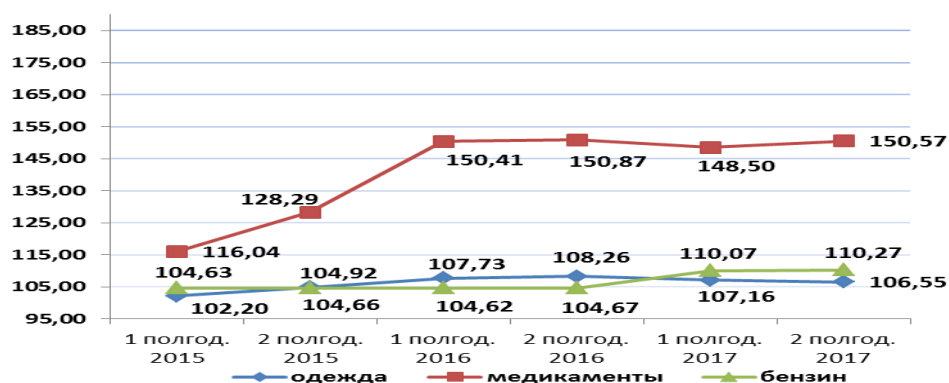


Рисунок 2 – Изменение цен на непродовольственные товары [4]

В Республике с 1 января 2018, в этой связи, начинает действовать Указ Президента Республики Беларусь «О регистрации цен на лекарственные средства». В нем оговорены предельные отпускные цены на них, единый алгоритм расчета цен и конкретные критерии их расчета, предполагается введение реестра Республики Беларусь предельных отпускных цен на лекарства, что позволит снизить темпы их роста и оптимизировать их соотношение с затратами.

Список использованной литературы

- 1 Регулирование цен в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: https://www.gb.by/izdaniya/glavnyi-bukhgalter/zubko-l-regulirovanie-tsen-v-sovremennyk_0000000 . – Дата доступа: 26.01.2019.
- 2 Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/> . – Дата доступа: 26.01.2019.
- 3 Изменение цен на ЖКХ в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://rynak.by/belarus/stali-izvestny-tarifny-na-kommunalnye-uslugi-na-2019-god>. – Дата доступа: 26.01.2019.
- 4 Государственное регулирование цен [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://www.gb.by/aktual/tsenoobrazovanie/gosudarstvennoe-regulirovanie-tsen>. – Дата доступа: 26.01.2019.

С. А. ТЕКНЕДЖЯН

(г. Сочи, Сочинский государственный университет)

Науч. рук. **Е. В. Видищева,**

канд. экон. наук, доц.

МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: МИРОВОЙ ОПЫТ И РОССИЙСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Сегодня одной из основных тем в докладах и Указах Президента и Правительства Российской Федерации является утверждение о необходимости построения инновационной экономики, цифровой модернизации страны, создании предпринимательской инфраструктуры. Предпринимательство является основной движущей силой мировой экономики, где Россия занимает далеко не лидирующие позиции. Непопулярность предпринимательства эксперты связывают не только с отсутствием стабильных экономических условий для ведения бизнеса, но и недостаток необходимых знаний и компетенций в данной области [1]. Наиболее актуальной является проблема развития молодежного предпринимательства.

Во многих регионах России не существует площадок, на которых молодые люди могли бы получать актуальные знания и навыки, обмениваться информацией, разрабатывать собственные идеи, получать консультации экспертов. В результате инновационные идеи либо не появляются, либо не выходят на рынок, оставаясь в стенах вузов и научных лабораторий. Эта является причиной «торможения» в развитии именно молодежного предпринимательства. А ведь молодежь – это и есть надежда и опора будущего всей страны, самая активная доля населения. Однако молодежь сталкивается с огромными трудностями на пути создания молодежных предприятий: финансовые вопросы, недостаточная образованность и отсутствие опыта. Все эти проблемы должны решаться не без помощи государства.

Зарубежный опыт и российская действительность отличаются друг от друга, но тем не менее государственная поддержка во многом оказывает помощь в нужный момент. Зарубежом достаточно много организаций, созданных для поддержки молодого предпринимательства. Это различные благотворительные фонды, которые частично или полностью финансируют стартап-проекты молодежи; бизнес-клубы на базе университетов; национальные и интернациональные бизнес-клубы, которые выступают в роли площадок для инвесторов; бизнес-кампусы и бизнес-инкубаторы, которые существуют для облегчения создания бизнес-проектов неопытных предпринимателей.

Естественно, что в российской практике также организованы различные студенческие бизнес-клубы, бизнес-акселераторы, всевозможные гранты, являющиеся толчком для развития молодежного предпринимательства. Тем не менее, в нашей стране нет четкой системы, помогающей неумелому студенту первого курса открыть своё дело. Чаще всего площадки с инвесторами создаются для тех, у кого уже есть какие-либо намеченные проекты. И довольно сложно, не обладая достаточными знаниями, выйти на уровень предпринимательства [2].

Наше общество нуждается в развитии молодежного предпринимательства, его поощрении и распространении. Такие малые предприятия могут быть средством создания дополнительных рабочих мест при значительно меньших затратах, чем на крупных предприятиях. В стране всегда ставится много задач по поддержке молодежного бизнеса, но не все из них находят свое решение.

Список использованной литературы

1 Карпунина, М.А. Формирование молодежного предпринимательского сообщества как инструмент повышения предпринимательской активности в России / М.А. Карпунина, С.Ю. Савинова, Н.Г. Шубнякова // Современные проблемы науки и образования [Электронный ресурс]. – 2014. – № 2. – Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12360>. – Дата доступа: 28.01.2019.

2 Федеральный портал молодого предпринимателя Поддержка молодого предпринимателя. Программы поддержки: программа Минэкономразвития России [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://young.smb.gov.ru/support/programs1/mer/>. – Дата доступа: 28.01.2019.

В. А. ТИТКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

РЫНОК ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ КАК СОСТАВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В последние четыре десятилетия наблюдается стремительная эволюция денежных форм. Желание участников платежных систем рационализировать систему управления платежами и начавшееся в середине 70-х годов XX века интенсивное внедрение

в деятельность кредитных организаций электронно-вычислительных машин способствовали началу процесса замены безналичных бумажных кредитных денег безналичными электронными кредитными деньгами.

Одной из неотъемлемых частей цифровой экономики являются электронные деньги, появившиеся как продукт длительной эволюции видов и форм денег. Появление электронных денег обусловлено быстрым развитием инновационных технологий на рынке финансовых продуктов, что привело к тому, что современные деньги стали выполнять функции наличных денег при осуществлении взаиморасчетов [1, с. 32].

Электронные деньги характеризуются функциональной новизной по сравнению с существующими платежными средствами. Новизна проявляется в особенностях эмиссии и обращения электронных денег. Однако не следует делать вывод о том, что в результате появления электронных денег сами деньги подвергаются процессу дематериализации. Современные деньги уже нематериальны, а точнее, невещественны по своей природе. Международная практика рассматривает под электронными деньгами предоплаченные и хранящиеся на электронном носителе стоимости финансовых продуктов.

Важной проблемой, связанной с электронными деньгами, является определение круга учреждений, имеющих право осуществлять в стране их эмиссию. Единого подхода к решению этого вопроса в законодательствах стран мира не существует. Законодательство ЕС позволяет осуществлять эмиссию электронных денег депозитным учреждениям и новому классу кредитных учреждений – эмитентам электронных денег. В Индии, Мексике, Нигерии, Сингапуре и Тайване эмиссия электронных денег может осуществляться исключительно банками. В Гонконге в соответствии с требованиями банковского указа специализированные учреждения, основным видом деятельности которых является эмиссия предоплаченных карт многоцелевого использования, должны получить разрешение как депозитные компании. Законодательством Канады, Малайзии, Швейцарии не установлены ограничения относительно учреждений-эмитентов электронных денег [2].

Электронные деньги можно разделить на три вида: фиатные, нефитные и виртуальные электронные деньги. Одним из примеров нефитных электронных денег является криптовалюта – виртуальная валюта в цифровом формате, защищенная при помощи криптографии – метода шифрования информации для обеспечения конфиденциальности и целостности данных. Платежные единицы в таких системах представлены в виде электронных монет, курс которых в подавляющем большинстве случаев формируется балансом спроса и предложения [3, с. 55].

Эмиссию криптовалюты и транзакции не контролирует единственный сервер, принадлежащий банку или организации. Распределение и движение валюты контролируется при помощи «Blockchain» – цепочки из блоков операций, информация о которых хранится на множестве серверов. На сегодняшний день самые распространенные примеры криптовалютных платежных систем – Bitcoin и Litecoin, где платежными единицами служат одноименные электронные монеты.

Среди преимуществ биткоина можно отметить следующие: полная анонимность владельца; отсутствие комиссий в биткоин-переводах; биткоин не привязан к какой-либо стране; ограниченное количество, что защищает биткоин от инфляции.

Вместе с тем рынок криптоактивов пока чрезвычайно мал, поэтому так волатилен. Совокупная денежная масса фиатных денег мира, по данным МВФ, составляет около 83 трлн. долл. США, что примерно равно мировому ВВП – 75 трлн. долл. США. Мировой рынок акций и облигаций оценивается примерно в 800 трлн. долл. США. Соответственно рынок криптовалют составляет менее 1 % денежной массы и 0,1 % глобального рынка инвестиций. В то же время рынок всех криптоактивов уже сравним со стоимостью крупнейших компаний мира Amazon и Apple. Оборот биткоина уже сравним с оборотом средств в известной платежной системе Western Union. И главное – рынок

криптоактивов растет экспоненциально: на начало 2017 года его капитализация составила около 17 млрд. долл. США, на конец года – около 800 млрд. долл. США [4, с. 208].

Криптовалюты являются новым этапом в развитии электронных денег, которые в состоянии удовлетворить современные возрастающие требования, предъявляемые к операциям с использованием электронных денег.

Платежные системы, использующие электронные деньги, имеют особенность, которая заключается в хранении на микропроцессоре в цифровой форме, на жестком диске или ином другом носителе, оплаченной заранее эмитенту денежной стоимости. Владелец электронных денег может применять их в качестве основного средства платежа без прямого участия банка при транзакции. Это основное и существенное отличие электронных денег от платежных систем, которые используют карты с магнитной полосой, и в то же время важным условием является наличие онлайн-связи с банком для осуществления операций по счету, а также для реализации иного удаленного доступа.

Ряд аналитиков предполагает, что в скором времени электронные деньги вытеснят рынок наличных денег и чеков, так как они являются более удобным способом оплаты товаров и услуг. По мере снижения уровня наличных платежей эксперты прогнозируют рост конкуренции между банками и провайдерами финансовых услуг [5, с. 101].

Электронные деньги играют важную роль, как в современных денежных системах, так и в денежных системах будущего. При этом с развитием электронных денег сущность денег не меняется; изменяется только их форма.

Таким образом, последствиями распространения электронных денег могут стать: открытие нового канала денежной эмиссии, конкуренция между электронными и неэлектронными деньгами и появление виртуальных банков.

Список использованной литературы

1 Пшеничников, В.В. Электронные деньги как фактор развития цифровой экономики / В.В. Пшеничников, А.В. Бабкин // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2017. – №1. – С. 32-42.

2 Электронные деньги / Деньги, банки, страхование, экономика и бизнес [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://discovered.com.ua/glossary/elektronnye-dengi/>. – Дата доступа: 24.11.2018.

3 Строителева, Е.В. Электронные деньги: виды, сущность и перспективы развития / Е.В. Строителева, И.Б. Мишачев // Дискуссия. – 2014. – №6. – С. 54-60.

4 Ковалев, М.М. Цифровая экономика: моногр. / М.М. Ковалев, Г.Г. Головенчик. – Минск: Изд. центр БГУ, 2018. – 327 с.

5 Манахов, В.А. Эволюция электронных денег / В.А. Манахов // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – 2015. – №11-12. – С. 97-102.

В. В. ТКАЧЁВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ИНФЛЯЦИОННЫЕ ОЖИДАНИЯ И ИХ ОСОБЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Инфляционные процессы отрицательно воздействуют на все стороны общественной жизни. Причины инфляции весьма разнообразны. Одной из них являются инфляционные ожидания, которые в настоящее время проявляются и в национальной экономике Республики Беларусь.

Инфляционные ожидания – предполагаемые, прогнозируемые, ожидаемые уровни инфляции, основываясь на которых производители и потребители, строят свою будущую денежную и ценовую политику, оценивают доходы, расходы, прибыль, кредиты.

Инфляционные ожидания потребителей воздействуют на рынки факторов производства, и, в первую очередь, на рынок труда. Наемные рабочие заранее начинают требовать повышения доходов, ожидая роста цен в экономике. А повышение заработной платы приводит к росту издержек производства, который ведет к росту цен на конечный продукт. Инфляционные ожидания влияют на ставку процента и спрос на деньги: если ставка процента ниже, чем ожидаемая инфляция, то разумные потребители откажутся от инвестиций в денежной форме и будут хранить свои сбережения в форме реальных активов.

В макроэкономическом анализе выделяют три типа инфляционных ожиданий: статические, адаптивные и рациональные. Статические ожидания предполагают построение прогнозов относительно цен на основе текущего периода. Адаптивные – субъекты корректируют свое поведение с учетом ошибок предыдущего периода. При рациональных ожиданиях субъекты оценивают будущие тенденции изменения цен, исходя из полного анализа всех известных фактов и имеющейся информации.

Основные последствия инфляционных ожиданий состоят в следующем:

- ожидая рост цен в экономике, наемные рабочие заранее требуют себе повышение зарплат;
- обеспечение самоподдерживающего характера инфляции: население вынуждено запасаться таким количеством товаров, которое превышает их текущие потребности, опасаясь, что цены на эти товары в скором времени еще более поднимутся;
- вовлечение в товарооборот ранее отложенных денежных средств и другие.

Одним из путей погашения инфляционных ожиданий является антиинфляционная политика, предполагающая сдерживание экономической активности.

Смысл гашения инфляционных ожиданий заключается в том, чтобы изменить психологию потребителя, избавить его от страха постоянного и неуклонного роста цен, обесценения его сбережений. Американский экономист Э. Фелпс теоретически разработал методы по обеспечению так называемого «эффекта объявления». Смысл этого эффекта заключается в том, чтобы правительство регулярно и правдиво информировало граждан об уровне инфляции, о тех мерах, которые оно принимает для борьбы с инфляцией. Здесь важно достичь психологического эффекта веры потребителя в действия государства, насытить оптимизмом ожидания потребителя.

Практическое воплощение в жизнь этого стратегического направления борьбы с инфляцией предполагает выполнение двух условий:

- укрепление механизмов рыночной системы, способных снизить цены или хотя бы замедлить их рост;
- существование в стране правительства национального согласия, которое пользуется доверием большинства граждан и проводит антиинфляционную политику.[1].

Для этого правительство должно разработать комплекс мероприятий по антиинфляционному регулированию, информировать население о них и неуклонно проводить их. В случае если правительство не будет отказываться от объявленных мер, то через определенное время население убедится, что взятый курс на сокращение инфляции проводится в жизнь, и начнет всё больше приспосабливать свои решения о ценах и спросе к пожеланиям правительства.

Инфляция в Беларуси находится на уровне цели, установленной на 2019–2020 годы. В августе 2018 года прирост потребительских цен в годовом выражении составил 5 % и увеличился по сравнению с предыдущими месяцами (4,1 % в июне и июле 2018 года). Фактором роста общего уровня цен стало увеличение тарифов на услуги связи, розничных цен на топливо, табачные изделия, мясо птицы и свинины, в том числе за счет увеличения административно регулируемых цен. До конца года прогнозируется ее ускорение, связанное как с сохранением указанных конъюнктурных факторов, так

и с ростом цен на импортируемые товары и услуги под влиянием ухудшения внешне-экономических условий.

В Республике Беларусь с ноября 2017 по август 2018 года проводился мониторинг инфляционных ожиданий методом личного интервью по месту жительства. Как отмечалось, темпы инфляции замедлились, но ожидания относительно ее динамики у субъектов экономики республики остаются довольно высокими, соответственно данным Национального банка. Так, в ноябре 2018 граждане оценивали динамику роста цен 12,6 %. По сравнению с такой оценкой, августовский показатель был ниже и составлял 11,7 %. Ощущаемый для населения уровень инфляции также вырос к осени 2018 года, по сравнению с летними месяцами – с 12,5 % до 12,9 %. Это более чем в два раза превышает официальный прогноз и текущий уровень инфляции – 4,9 % (годовой уровень инфляции). Вследствие роста инфляционных ожиданий, увеличился процент граждан, предпочитающих отложить свои покупки с 31,4 % до 39,1 %, а покупки в кредит откладывают в настоящее время 41,6%, тогда как в летние месяцы этот процент составлял 33 % [2].

Показателем инфляционных ожиданий является и изменение склонности к сбережению. В Беларуси 38,9 % населения страны предпочитает выбирать наличную форму сбережений. Наблюдается тенденция сокращения доли сбережений в золоте, драгоценных металлах и страховых резервов. В мае 2018 года она составляла 4,2 %, а уже в августе того же года – 4,0 %. Население предпочитает хранить сбережения в иностранной валюте. Данное предпочтение увеличилось с 23,8 % до 31,35 % в 2018.

Таким образом, для Республики Беларусь в настоящее время свойственна тенденция роста инфляционных ожиданий. В этой связи правительству следует уделять особое внимание своевременному и максимально полному распространению среди хозяйственных субъектов информации, имеющей отношение к принятию хозяйственных решений и погашению инфляционных ожиданий.

Список использованной литературы

1 Эффект Фелпса / Монетарная экономика. Теория денег и кредита [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: https://studme.org/62592/ekonomika/effekt_felpsa. – Дата доступа: 27.11.2018.

2 Инфляционные ожидания белорусских граждан к концу года значительно выросли [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://www.belrynok.by/2018/12/09/inflyatsionnye-ozhidaniya-belorusskih-grazhdan-k-kontsu-goda-znachitelno-vyrosli/>. – Дата доступа: 29.01.2019.

М. А. ТОИРОВ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы)

Науч. рук. **Ли Чон Ку,**

канд. экон. наук, доц.

РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ БЕЛОРУССКИХ БИЗНЕС-ПАРТНЁРОВ ПРИ ВЫХОДЕ НА РЫНОК ТАДЖИКИСТАНА

Таджикистан – одна из самых захватывающих, привлекательных и очаровательных стран, которая полна выдающихся пейзажей и замечательных гостеприимных людей. Несмотря на это, государство остается самым бедным в Центральной Азии, – это бремя, которое оно несет со времен Советского Союза.

Государство имеет значительный сельскохозяйственный сектор, составляющий одну четверть ВВП и обеспечивающий занятость половины рабочей силы страны. В связи с этим выгоднее всего будет развивать бизнес именно в этой области, так как вы

без труда найдете квалифицированных работников, специализированную технику, арендуете плодородную землю для сельского хозяйства [1].

Таджикистан обладает потенциалом добычи собственных минеральных ресурсов. В их число входит золото, алюминий, железо, свинец, олово и ртуть. По предварительным расчетам, стоимость скрытых здесь руд превышает 10 млрд. долл. США. Такого уникального месторождения в мире больше нет. Правительство всячески субсидирует отрасль добычи полезных ископаемых, вводит льготы на разработку драгоценных и полудрагоценных металлов [2]. В стране нет производства, которое могло бы заниматься чем-то, кроме переработки полезных ископаемых (главным образом алюминия). На сегодняшний день в республике разведано более 400 месторождений золота, серебра, драгоценных камней, урана и других полезных ископаемых, однако на текущий момент из разведанных месторождений эксплуатируется не более 100, в основном – месторождения золота, серебра, драгоценных камней, угля.

Перспективным является строительство предприятий легкой и текстильной промышленности, основанных на глубокой переработке хлопкового волокна. В стране ежегодно собирают около 400 тыс. т хлопка, до 90 % которого экспортируется в виде волокна из-за отсутствия в самой стране достаточно мощностей по его переработке.

Таджикистан имеет все предпосылки для развития туризма – горная страна с экологически чистыми реками и прекрасной природой. Однако количество приезжающих в Таджикистан туристов существенно не растет, прежде всего, из-за неразвитой туристической инфраструктуры. Поэтому представляет интерес строительство туристических комплексов, развитие международного альпинизма и охоты, создание курортно-санаторных комплексов международного значения на базе минеральных и термальных источников и лечебных грязей:

К главным направлениям привлечения инвестиций также причисляются:

- создание и реконструкция предприятий по переработке и хранению овощей, фруктов и бахчевых культур;
- создание предприятий по производству упаковочной продукции;
- увеличение объемов переработки гранитов, мраморов, полудрагоценных и поделочных камней и производство изделий из них;
- развитие системы телекоммуникаций и связи;
- производство товаров бытовой техники.

Таджикистан открыт для иностранных инвестиций во множестве секторов экономики, в частности, в области переработки алюминия и ртути, добычи ценных минералов и развитии сельского хозяйства. Хотя приоритетные сектора для внешнего капитала еще не установлены, такие инвестиции имеют право на налоговые льготы, включая импортные и экспортные пошлины. Потребность в зарубежных вложениях заключается в том, что промышленные объекты устарели и нуждаются в модернизации и помощи извне.

Заграничные концерны могут участвовать в программах приватизации на льготных условиях. Это подразумевает, что каждый отдельный иностранный инвестор может рассчитывать на выгодный для него набор условий. В данный момент в стране работают инвесторы разных странах мира, в том числе из Канады, США, Великобритании, Кореи, Германии, Швейцарии, Италии, Венгрии и России. Но самая большая доля инвестиций поступает, конечно, из России, Ирана и Китая.

Инвестиционный закон Таджикистана гарантирует равные права как для местных, так и для заграничных вкладчиков. Большинство существующих международных соглашений гарантируют статус оптимальной страны для развития иностранного бизнеса. Государство благоприятно для начала предпринимательской деятельности, но бизнесмен идет на некоторые риски, связанные с шаткостью и неопределенностью структуры малого и среднего предпринимательства [2].

По внутреннему законодательству иностранцы могут вкладывать деньги в капитал путем:

- совместного владения акциями существующих компаний либо с другими местными компаниями, либо с гражданами;
- создания полностью принадлежащих заграничным холдингам компаний, действующих в соответствии с местным законодательством;
- заключения соглашений с юридическими лицами или гражданами страны, которые предусматривают другие формы инвестиционной деятельности.

Правительство направляет зарубежные инвестиции на развитие новых отраслей промышленности при модернизации существующих. Все частные вклады в капитал проверяются и требуют одобрения правительства [1]. Однако, инвестиционные законы осуществляются непоследовательно. Таджикистан занимает 126-е место в отчете «Doing Business 2019», опубликованном Всемирным банком. Всемирный банк подчеркивает прогресс, достигнутый в деле создания бизнеса, получения кредитов, налоговой системы и трансграничной торговли. Но невысокая промышленная производительность, хрупкая и неопределенная бизнес-среда, а также недостаточная инфраструктура являются теми факторами, которые ограничивают привлекательность страны.

Правительство открыто поддерживает иммиграцию активных иностранных граждан и предпринимателей, способных развивать экономику страны. Процесс переезда и получения гражданства упрощен для бизнесменов, ведущих любую производственную деятельность.

Список использованной литературы

1 Интернет-журнал ВНЕБЕРЕГА [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://vneberega.ru>. – Дата доступа: 23.01.2019.

2 Государственный комитет по инвестициям и управлению государственным имуществом Республики Таджикистан [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://investcom.tj>. – Дата доступа: 20.01.2019.

К. В. ХАРИНА

(г. Курск, Курская академия государственной и муниципальной службы)

Науч. рук. **В. В. Зотов,**

д-р социол. наук, проф.

ВЗАИМОСВЯЗЬ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ И ИМИДЖА РЕГИОНА

Имидж региона представляет собой целостное символическое представление о регионе, сложившееся в сознании представителей целевой аудитории на основе личного опыта, либо в результате ряда информационных воздействий. Это не просто результат или следствие многих факторов регионального развития (прежде всего, экономического, политического, социально-культурного и демографического), но и активный инструмент государственного управления с целью преобразований, повышения статуса и престижа территории, ее инвестиционной привлекательности.

Прежде всего, следует отметить, что имидж региона является достаточно сложным формированием, сочетающим в себе эффективное позиционирование всех жизнеобеспечивающих факторов внутренней среды региона. При этом следует учитывать, что внешняя привлекательность региона зависит от социально-экономического положения региона [1] и основывается, прежде всего, на его положительном восприятии внутри, среди самих жителей [2]. А последнее связано с социальным имиджем региона как

совокупности представлений широкой общественности о социальных целях и роли региона в формировании экономической, культурной и социальной жизни общества. Социальный имидж формируется посредством информирования общественности о социальных аспектах деятельности муниципальных и региональных властей, таких как социальное обеспечение населения, образование, ЖКХ, здравоохранение, поддержка общественных движений, участие в решении проблем занятости, экологии и т.д., помощь конкретным лицам [4]. Другими словами, это информационное сопровождение социальной политики.

Курская область является стратегически важным регионом России, что предопределено совокупностью ее ресурсов и выгодным положением территории. Это регион, динамично развивающийся и привлекательный для инвестиций. Курская область обладает значительными запасами полезных ископаемых, считается регионом с высоким культурным и научным потенциалом, имеет развитую транспортную сеть. Однако, несмотря на ряд положительных факторов, способствующих социально-экономическому процветанию региона, в Курской области существует ряд острых социальных проблем, препятствующих ее развитию и требующих продуктивных действий для их решения со стороны Администрации области.

Центр регионального развития Академии госслужбы был проведен опрос населения данного региона (2017, N = 1 500 человек), который показал, что наиболее актуальными в Курской области социально-экономические проблемы являются низкая заработная плата, трудоустройства и качества медицинских услуг здравоохранения.

Уровень безработицы в Курской области действительно высок. По данным Федеральной службы государственной статистики по ЦФО России Курская область занимает 8 место по уровню безработицы. В процентах это составляет 4,3 % [3]. Также, по данным Росстата, за последние пять лет безработица в Курской области активно снижается. Так, в 2011 году она составляла 8,2 %. Несмотря на это, данная проблема существует и опрос показывает, что население обеспокоено недостаточным количеством рабочих мест. На предприятиях создается мало новых рабочих мест, наблюдается несоответствие в структуре заявок и вакансий. Растет дефицит квалифицированных рабочих кадров, особенно в сельском хозяйстве, малом бизнесе, промышленности. Доходы населения Курской области также отстают от аналогичных среднероссийских показателей. Значительная часть населения (19,2 %) имеет доходы ниже прожиточного минимума. Существуют значительные различия в уровне заработной платы в различных секторах экономики региона.

На протяжении длительного времени состояние здоровья населения является проблемой не только Курской области, но и всей России. К главным показателям, отражающим состояние здоровья населения, а также эффективность деятельности региональных учреждений здравоохранения, относятся заболеваемость населения и инвалидность. В настоящее время общая заболеваемость характеризуется так: число зарегистрированных больных с впервые установленным диагнозом составило 605,9 тыс. чел., в расчете на 1 000 человек населения приходится 540,2 заболевших. В структуре общей заболеваемости населения области наибольший удельный вес (около половины всех случаев) традиционно занимают болезни органов дыхания. При этом в регионе идет незначительно сокращение врачей и младшего медицинского персонала.

Исходя из вышесказанного, можно констатировать, что улучшение имиджа региона во многом будет определяться повышением уровня занятости населения, улучшением качества работоспособного населения; повышением доступности качественной медицинской помощи. Это возможно при решении следующих задач:

- стабилизация уровня жизни населения;
- повышение уровня заработной платы;
- осуществление региональных программ по содействию занятости населения;

- принятие мер по улучшению ситуации на рынке труда;
- поддержка малоимущих слоев населения;
- повышение качества и доступности медицинских услуг.

В итоге рассмотрения данного вопроса можно сказать, что решение задач по улучшению качества жизни населения на данный момент является приоритетным направлением деятельности органов власти Курской области. Только комплексная региональная политика может изменить ситуацию в лучшую сторону.

Список использованной литературы

- 1 Зотов, В.В. Социально-экономическое положение как основа имиджа приграничного региона / В.В. Зотов, М.П. Куркина // Сотрудничество и интеграция. – 2017. – №2. – С.4-20.
- 2 Комков, К. А. Восприятие имиджевой политики региона его жителями / К. А. Комков // Ученые записки Российского государственного университета. – 2012. – № 2(102). – С. 225-230.
- 3 Статистический ежегодник Курской области, 2017: ст. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области. – Курск, 2017.– 436 с.
- 4 Шмелева, Е.В. Социальный имидж России в мире: предмет исследования / Е. В. Шмелева // Имидж государства/региона: современные подходы : новые идеи в теории и практике коммуникации: сб. науч. трудов. Вып. 3. – СПб.: Роза мира, 2009. – 264 с.

Д. А. ШАНДРАК

(г. Гомель, Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого)

Науч. рук. **Л. Л. Соловьева,**

канд. экон. наук, доц.

PEST-АНАЛИЗ МАКРОСРЕДЫ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

Цель данной работы – изучение факторов макросреды спортивного туризма с использованием современных методов анализа.

PEST анализ – стратегический анализ социальных (S – social), технологических (T – technological), экономических (E – economic), политических (P – political) факторов внешней среды организации. Факторами, влияющими на спортивный туризм, являются:

- экономические (денежные доходы населения; индекс потребительских цен (ИПЦ) на услуги физической культуры и спорта, общий объем платных услуг населению в сфере физической культуры и спорта, чистая прибыль организаций, осуществляющих туристическую деятельность);
- политические (устойчивость политической власти и существующего правительства, действующее законодательство в сфере спорта и туризма, безвизовый режим),
- социальные (численность лиц, занимающихся физической культурой и спортом; численность туристов, посетивших РБ);
- технологические (количество физкультурных и спортивных заведений).

Основные факторы и их влияние показаны в таблице 1. На основе данных, характеризующих эти факторы, был проведен корреляционный анализ, в результате которого было выделено 7 самых значимых факторов по степени и виду влияния: численность лиц, занимающихся физической культурой и спортом; численность туристов, посетивших РБ; общий объем платных услуг населению в сфере физической культуры и спорта; чистая прибыль организаций, осуществляющих туристическую деятельность; денежные доходы населения; число организаций, осуществляющих туристическую деятельность; количество соревнований на горнолыжных спусках.

Таблица 1 – Основные факторы PEST-анализа макросреды спортивного туризма

Наименование фактора	Сущность фактора	Механизм воздействия	Возможность/ угроза и планируемый отклик
Рост ИЦП на услуги физической культуры и спорта	Характеризует величину цен на туристические услуги	Чем больше цены на услуги, тем меньше туристов будет привлечено	Угроза. Снижение издержек, поиск новых более бюджетных программ для туров
Стабильность численности населения	Показывает число потенциальных клиентов	Чем больше численность населения, тем больше потенциальных клиентов	Возможность. Расширение ассортимента, запуск рекламной кампании
Рост средней заработной платы	Характеризует доходы населения	Чем больше заработная плата, тем больше вероятность того, что спрос будет больше	Возможность. Расширение ассортимента, можно увеличить цену
Рост инвестиций в туризм	Показывает, сколько денежных средств вкладывается в отрасль	Чем больше денежных средств вкладывается, тем выше вероятность привлечения клиентов	Возможность. Поиск новых видов туризма, расширение ассортимента
Рост числа иностранных туристов	Показывает, сколько иностранных туристов приехало в страну	Чем больше этот показатель, тем выше вероятность роста спроса	Возможность. Проведение рекламной кампании за рубежом, предложение туров, интересных для иностранцев
Рост числа физкультурных и спортивных заведений	Показывает число сооружений, которые могут быть использованы в спортивном туризме	Чем больше сооружений, тем больше потенциальных клиентов	Возможность. Вовлечение их в туристическую отрасль, создание программ и туров с их участием
Рост численности лиц, занимающихся физкультурой и спортом	Показывает количество людей занимающихся спортом, а это - потенциальные клиенты	Чем больше людей занимается спортом, тем больше клиентов	Возможность. Расширение ассортимента, проведение рекламной кампании с целью увеличения клиентов
Рост количества спортивных соревнований	Показывает число соревнований, которые могли бы привлечь клиентов	Чем больше соревнований, тем больше клиентов	Возможность. Создание туров под спортивные мероприятия
Введение безвизового режима	Регулирует нахождение на территории страны иностранных граждан на срок до 30 дней (Указ Президента Республики Беларусь от 27.07.2018)	Иностранцы граждане, въезжающие в страну через пункт пропуска через Государственную границу Республики Беларусь Национальный аэропорт Минск, могут находиться на территории страны до 30 суток	Возможность. Безвизовый режим - это возможность для туристов посетить Беларусь без дополнительных затрат, это привлекательно, особенно для бюджетных туристов

Исходя из результатов проведенных анализов, можно отметить, что на спортивный туризм влияют те же факторы внешней среды, что и на туризм, в общем. Дополняющими факторами являются состояние инфраструктуры, связанной с физической культурой и желание населения заниматься спортом. Спортивный туризм остается достаточно специфичным видом отдыха, несмотря на то, что интерес к активным видам времяпрепровождения растет, вероятность того, что денежные средства, сэкономленные на отдыхе, население направит в русло именно спортивного туризма достаточно низка, в отличие от экскурсионного.

Наиболее приемлемые мероприятия для развития спортивного туризма:

- предложение туров по активному туризму в виде спортивных мероприятий, не требующих особых навыков в спорте (организация соревнований на нестандартной велосипедной трассе, организацию экологических квест-путешествий, организация соревнований по строительству снежных крепостей, создание веревочной деревни) [1];

- внедрение современных информационных технологий в продвижение спорта и спортивного туризма (создание электронного портала учреждений спорта и физической культуры Республики Беларусь, популяризация спорта и физической культуры);

– представление ассортимента недорогих туров для привлечения студенческой молодежи.

Немаловажную роль играют и способы привлечения въездных туристских потоков: организация на территории Беларуси спортивных соревнований высокого уровня; обеспечение их доступности для иностранцев; реклама туров для болельщиков в странах-генераторах туристского потока.

Список использованной литературы

1 Шандрок, Д. А. Организация соревнований по строительству снежных крепостей на базе горнолыжного комплекса // Беларусь в современном мире : материалы XI Междунар. науч. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, Гомель, 17–18 мая 2018 г. / М-во образования Респ. Беларусь, Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого, Гомел. обл. орг. общества «Знание» ; под общ. ред. В. В. Кириенко. – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2018. – С. 183-185.

А. С. ШЕВЦОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

СТРУКТУРА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Человеческий капитал – совокупность знаний, умений, навыков, которые используются для удовлетворения многообразных потребностей человека и общества в целом. Этот термин впервые использовал американский экономист Д. Минсер, затем Г. Беккер развивал данную идею, обосновав эффективность вложений в человеческий капитал и сформулировав экономический подход к человеческому поведению [1]. Изначально человеческий капитал понимался только как общий объем инвестиций в человека, что повышает его трудоспособность: профессиональные навыки и образование. Повышению эффективности использования трудовых ресурсов, увеличению доходов и заработной платы сотрудника, способствует увеличение внутренних резервов человека. Затем концепция человеческого капитала расширилась.

Предпосылками теории человеческого капитала явились изменение устройства совокупной рабочей силы, интерес людей к факторам финансового роста и экономической динамике. Принимая во внимание автоматизацию труда, повышается уровень образования людей и, отталкиваясь от данных факторов, разграничение между капиталом как производным фактором от труда утратил свое первоначальное значение. Человек больше не просто влияет на материальный капитал, но и контролирует и управляет им. От него требуется умение принимать обдуманные решения, имея при этом профессиональные знания, которые он получает, и в дальнейшем имеет возможность развивать с помощью инвестиций в свой человеческий капитал.

Будучи частью общего капитала, человеческий капитал представляет собой сочетание элементов, входящих в его состав, как следствие этого, человеческий капитал имеет свою внутреннюю структуру. Большая часть экономистов формируют структуру человеческого капитала по затратному принципу, основанному на различных видах инвестиций в человеческий капитал.

Ф. Нойманн к основным составляющим человеческого капитала относит комбинацию следующих четырех компонентов: культурно-этнические особенности; общее образование; профессиональное образование; ключевые квалификационные качества [2].

Е. В. Ванкевич выделяет образование и профессиональную подготовку, информированность; физиологические характеристики личности и состояние здоровья; профессиональную и географическую мобильность; психологические характеристики личности, движущие потребности, мотивацию, ценности [3].

Формирование человеческого капитала стоит исследовать как процесс поиска, обновления и улучшения продуктивных характеристик человека для последующего использования их в производстве. Факторы развития человеческого капитала включают следующие комбинации индивидуальной и производственной деятельности:

- сочетание природных и приобретенных в результате обучения и жизнедеятельности способностей и физической энергии с востребованностью их на производстве с последующими оптимальными затратами;

- сочетание знаний и опыта, используемого человеком в сфере общественного воспроизводства, с ростом производительности труда и повышением эффективности производства;

- запас знаний, способностей и навыков накапливается в процессе целесообразного сочетания производственной деятельности и соответствующего мотивирования работника;

- увеличение индивидуальных доходов сочетается с воспроизводством человеческого капитала в широком понимании (дополнительное образование, профессиональная переподготовка реинвестируются в производственную деятельность) [4].

Ведущие страны мира достигли высокого уровня развития человеческого капитала благодаря огромным вложениям в человеческое развитие и формированию их способностей, обеспечивая получение высококачественного образования, хороших медицинских и социальных услуг. Особенно крупные инвестиции были сделаны в развитие технологий, с помощью использования новых научных открытий, которые появились благодаря развитию интеллекта и таланта человека.

Согласно докладу ООН 2018 года «О человеческом развитии» Республика Беларусь занимает 52-е место в общем рейтинге и входит в группу стран с высоким уровнем человеческого развития.

В нашей стране сформирован достаточно высокий потенциал человеческого капитала, чтобы еще больше поднять свои позиции в рейтинге ООН «О человеческом развитии». Для достижения этой цели Беларуси необходимо еще больше повысить эффективность использования человеческого капитала. Что касается науки, то необходимо увеличить ее финансирование, чтобы сосредоточиться на разработке новых технологий. В области здравоохранения необходимо быстро реализовать все государственные программы, направленные на повышение уровня и качества жизни, и обеспечить население высококачественными лекарствами и медицинскими услугами.

Довольно высокий уровень накопленного человеческого капитала Республики Беларусь является одним из существенных факторов устойчивого развития государства. Беларусь может увеличивать свое национальное богатство, развивая человеческий потенциал.

Список использованной литературы

1 Человеческий капитал [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Дата доступа: 30.01.2019.

2 Нойманн, Ф. Методика экономической оценки человеческого капитала / Ф. Нойманн // Государственное управление: трансформационные процессы в современном мире: тез. докл. междунар. науч.-практ. конф. – Мн.: АУП, 2002. – Ч. 2. – 115 с.

3 Ванкевич, В.Е. Экономические отношения занятости: закономерности развития и регулирования / В.Е. Ванкевич. – Мн.: БГЭУ, 2000. – 312 с.

4 Факторы развития человеческого капитала [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/chelovecheskii-kapital.html>. – Дата доступа: 30.01.2019.

М. А. ШИЛО

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **М. В. Давыденко,**

канд. ист. наук, доц.

О КОЛИЧЕСТВЕ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ, ПРИВЛЕКАЕМЫХ ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕМ ПО ТРУДОВЫМ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВЫМ ДОГОВОРАМ

Актуальность исследования деятельности индивидуального предпринимателя обусловлено рядом факторов. Во-первых, предпринимательская деятельность является средством обеспечения достойного существования человека, т.к. все потребляемые людьми материальные и нематериальные блага производят люди в процессе хозяйственной деятельности. Во-вторых, предпринимательство является инструментом, способствующим развитию экономики. В-третьих, малое предпринимательство максимально мобильно, способно быстро реагировать на изменения рынка и запросы общества. То, насколько субъекты малого предпринимательства способны на данный момент существовать и развиваться в сфере рыночной экономики, будет одним из решающих факторов борьбы в условиях сложной экономической ситуации. В-четвертых, индивидуальная предпринимательская деятельность сопровождается поддержкой со стороны государства: принят ряд актов, которые регулируют создание, деятельность, прекращение данной формы хозяйствования, меры поддержки, дополнительные гарантии. На сегодняшний день участие индивидуального предпринимателя в гражданском обороте ограничено количеством и кругом лиц, которые могут привлекаться им по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам. Так, в соответствии с п. 2 Указа Президента Республики Беларусь «О некоторых мерах по регулированию предпринимательской деятельности» от 18 июня 2005 г. № 285 (далее – Указ № 285) для занятия предпринимательской деятельностью в качестве индивидуального предпринимателя гражданин вправе привлекать не более трех физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам [1]. Норма о возможном привлечении индивидуальным предпринимателем к осуществлению хозяйственной деятельности только членов семьи и близких родственников (супруг (супруга), родители, дети, усыновители, усыновленные (удочеренные), родные братья и сестры, дед, бабушка, внуки), которая действовала с 1 января 2008 г., отменена Указом Президента Республики Беларусь «О регулировании предпринимательской деятельности и реализации товаров индивидуальными предпринимателями и иными физическими лицами» от 16 мая 2014 г. № 222 (далее – Указ № 222) с 21 мая 2014 г. [2].

Указ № 285 не раскрывает смысл фразы «привлекать для занятия предпринимательской деятельностью», в связи с чем, п. 2 Указа № 285 вызывает множество вопросов. В целях разъяснения положений Указа № 285 был издан ряд писем. Так, письмо Министерства юстиции Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь, Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь «Информационное письмо по вопросу о привлечении индивидуальными предпринимателями физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам» от 18 января 2008 г. (далее – письмо) разъясняет, что признаком привлечения индивидуальным предпринимателем физических лиц для занятия предпринимательской деятельностью является участие таких лиц непосредственно в деятельности, обеспечивающей получение индивидуальным предпринимателем прибыли (например, водители транспортных средств при осуществлении деятельности по перевозке пассажиров и грузов и т.д.), и не касается договоров, заключаемых предпринимателями на выполнение для них работ либо оказание им услуг сопутствующего характера [3]. К договорам сопутствующего характера следует

отнести: оказание услуг по сертификации продукции; по обслуживанию кассовых суммирующих аппаратов; по погрузке, разгрузке, перевозке и транспортной экспедиции; предоставление в аренду торговых объектов; банковских услуг; по статистическому декларированию товаров; услуг таможенного агента; аудиторских и юридических услуг и др. [3]. Полный перечень данных договоров приведен в письме.

Кроме этого, письмом Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь и Министерства экономики Республики Беларусь от 15 декабря 2010 г. разъяснено о праве заключения индивидуальными предпринимателями договоров комиссии с юридическими лицами на реализацию товара [5].

Следует отметить несколько особенностей реализации Указа № 285: ограничений по количеству заключаемых договоров сопутствующего характера нормами действующего законодательства о предпринимательстве не установлено; Указ № 285 ограничивает не количество трудовых и (или) гражданско-правовых договоров, заключаемых индивидуальным предпринимателем с физическими лицами в течение какого-либо периода, а лишь количество физических лиц, которые одновременно могут привлекаться индивидуальным предпринимателем по таким договорам к осуществлению предпринимательской деятельности; пункт 2 Указа № 285 не устанавливает ограничений на количество привлекаемых индивидуальным предпринимателем для осуществления предпринимательской деятельности организаций. По мнению О.А. Чичуриной, подобная законодательная мера вряд ли может быть установлена на уровне информационного письма [4, с. 55].

Отметим, что Указ № 285 не говорит о характере привлечения, т.е. должно ли оно быть непосредственным или опосредованным. Исходя из положений Указа № 285, сложно сделать вывод о том, каким образом должно применяться указанное в нем ограничение. Российский законодатель не содержит подобного запрета. Полагаем, что данная норма является ограничивающей, дискриминирующей по своему характеру, не основана на каких-то правовых подходах и экономических расчетах и нуждается в отмене. Исходя из существующей правовой базы, при намерении нанимать людей в количестве более трех лиц для получения индивидуальным предпринимателем прибыли, предпочтительнее открыть организацию – общество с ограниченной ответственностью.

Список использованной литературы

1 О некоторых мерах по регулированию предпринимательской деятельности: Указ Президента Респ. Беларусь от 18 июня 2005 г., № 285: в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 16.05.2014 г., № 222 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019. – Дата доступа: 18.01.2019.

2 О регулировании предпринимательской деятельности и реализации товаров индивидуальными предпринимателями и иными физическими лицами: Указ Президента Респ. Беларусь от 16 мая 2014 г., № 222 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019. – Дата доступа: 18.01.2019.

3 Вопросы-ответы по применению отдельных норм Указа Президента Республики Беларусь от 18 июня 2005 г. № 285: письмо Мин-ва по налогам и сборам от 24 мая 2006 г., № 3-2-16/98 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019. – Дата доступа: 18.01.2019.

4 Чичурина, О. А. Гражданско-правовой статус индивидуального предпринимателя по законодательству Республики Беларусь / О. А. Чичурина, Ю. Н. Остапук // Вестник Брестского университета. Серия гуманитарных и общественных наук. – 2008. – № 3. – С. 53–59.

5 О применении Указа Президента Республики Беларусь от 18 июня 2005 г. № 285: письмо Мин-ва по налогам и сборам и Мин-ва экономики, 15 дек. 2010 г., № 10-12/378/31-01-08/8132 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019. – Дата доступа: 18.01.2019.

Л. Л. ШПАК

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)
Науч. рук. **В. Н. Кулаков**,
канд. экон. наук, доц.

СВОБОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА «ГРОДНОИНВЕСТ» КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях эффективное развитие любой экономики возможно только при постоянном насыщении ее инвестициями. Республика Беларусь в силу своего географического положения и выбранной внешнеэкономической политики выступает активным участником международных экономических отношений. Привлечение иностранных инвестиций является основной задачей политики социально-экономического развития Беларуси, которая будет способствовать цели модернизации экономики. Наша страна использует ряд предусмотренных законодательством инструментов экономической политики для стимулирования притока инвестиций, в качестве одного из них можно выделить свободные экономические зоны (СЭЗ).

На территории Беларуси действуют 6 свободных экономических зон: «Брест», «Гомель-Ратон», «Минск», «Витебск», «Могилев», «Гродноинвест». В пределах СЭЗ действует преференциальный режим, способствующий привлечению иностранных инвесторов: 0 % – налог на прибыль в течение 10 лет, после истечения 10 лет налог на прибыль – по ставке, уменьшенной на 50 % от ставки, установленной налоговым законодательством, но не более чем по ставке 12 %, 0 % – НДС. СЭЗ «Гродноинвест» создана в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 16 апреля 2002 г. № 208 и является одной из самых динамично развивающихся СЭЗ в Республике Беларусь. Общая площадь территории СЭЗ «Гродноинвест» составляет 4 195,04 га и состоит из 12 участков, расположенных в г. Гродно и Гродненской области [1]. Проанализируем объем инвестиций, поступивших от иностранных инвесторов в СЭЗ, (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика объема иностранных инвестиций в СЭЗ в 2014-2017 гг.

В тысячах долларов США

СЭЗ	Годы				2017 г. в % к 2014 г.
	2014	2015	2016	2017	
Всего	647 532,9	850 372,8	506 576,8	682 135,9	105,3
Брест	75 874,3	89 683,8	59 307,4	120 537,3	158,9
Витебск	80 032,8	90 044,9	20 407,2	33 029,6	41,3
Гомель-Ратон	90 876,4	112 956,2	55 789,6	94 157,3	103,6
Гродноинвест	95 783,0	179 859,0	72 784,2	129 941,3	135,7
Минск	144 678,6	188 545,6	118 812,6	137 274,7	94,9
Могилев	160 287,8	189 283,3	179 475,8	167 195,7	104,3

Примечание: источник [2]

В период с 2014 по 2017 г. наблюдаются значительные колебания в поступлении иностранных инвестиций в СЭЗ страны. Подъем инвестиционной активности по всем свободным экономическим зонам наблюдается в 2015 г., когда объем их поступления составил 850 372,8 тыс. долл. США. В 2016 г. по всем без исключения СЭЗ произошло снижение объема иностранных инвестиций. Наиболее резкое падение показателя мы отмечаем по СЭЗ «Витебск» – с 90 044,9 до 20 407,2 тыс. долл. США или в 4,4 раза. Рост поступлений инвестиций в 2017 году наблюдался по всем свободным экономическим зонам, кроме СЭЗ «Могилев» (- 6,8 %). Наибольший объем привлеченных иностранных инвестиций за 2017 год приходится на СЭЗ «Могилев», за ней расположилась СЭЗ «Минск» и СЭЗ «Гродноинвест». Таким образом, в период с 2014 по 2017 г.,

несмотря на значительные колебания и отличия по СЭЗ, мы можем наблюдать увеличение притока иностранных инвестиций на 5,3 % ли на 34603 тыс. долл. США. Немаловажным аспектом является форма, в которой иностранные инвестиции поступают в экономику региона и страны в целом. Рассмотрим поступление инвестиций в СЭЗ «Гродноинвест» из-за рубежа в зависимости от их форм (таблица 2).

Таблица 2 – Поступление инвестиций в СЭЗ «Гродноинвест» из-за рубежа за 2014-2017 гг.

Показатели	В тысячах долларов США			
	2014	2015	2016	2017
Объем иностранных инвестиций, поступивших в СЭЗ «Гродноинвест» из них:	27 257,7	37 544,6	72 784,2	130 082,3
прямые иностранные инвестиции (ПИИ)	25 149,1	25 646,2	69 628,0	46 198,5
Удельный вес ПИИ в общем объеме иностранных инвестиций, %	92,3	68,3	95,7	35,5
портфельные инвестиции	0,1	0,0	0,0	401,2
прочие инвестиции (кредиты и займы, финансовый лизинг, счета и депозиты)	2 108,5	11 898,4	3 156,2	83 482,6

Примечание: источник [2]

Основной формой поступления иностранных инвестиций в СЭЗ «Гродноинвест» являются ПИИ, которые в период с 2014 года по 2015 год составляли от 68 % до 95,7 % от всего объема иностранных инвестиций, поступивших в свободную экономическую зону. В 2017 наблюдалось изменение в структуре привлеченных иностранных инвестиций, ПИИ составили лишь 35,5 % от общего поступления, в то время как прочие инвестиции, выраженные кредитами и займами составили 83 482,6 тыс. долл. США. или 64,2% от общего объема. Изменение направленности в структуре инвестиций отражает снижение эффективности свободной экономической зоны.

Для повышения эффективности деятельности и устранения диспропорций в деятельности СЭЗ «Гродноинвест» нам видится необходимым разработать комплексную программу функционирования СЭЗ, в которой для каждой конкретной СЭЗ будут четко определены краткосрочные и долгосрочные цели и задачи, стратегия развития, приоритетные отрасли, объем инвестиций и источники их привлечения.

Согласно концепции программа должна включать: определение потенциальных стран-доноров инвестиций; проведение анализа предполагаемых стран-доноров; выявление потенциальных компаний-инвесторов; проведение прединвестиционных исследований и анализа статистических данных, подготовка финансово-экономического обоснования инвестиционных предложений; определение потенциальных рисков, связанных с бедующим инвестором; определение основных направлений привлечения инвестиций для каждой отдельной СЭЗ, исходя из направленности развития региона; расчет потенциального объема необходимых прямых иностранных инвестиций для каждого кластера СЭЗ; разработку эффективной маркетинговой компании для каждой СЭЗ и региона; составление перечня проведения активных компаний для привлечения потенциальных инвесторов (выставки-ярмарки, бизнес форумы, деловые визиты, инфотуры).

Таким образом, созданные льготные условия на территории СЭЗ «Гродноинвест» превращают ее в действенный инструмент привлечения иностранных инвестиций в экономику региона. Совершенствование концепции ее функционирования будет способствовать росту конкурентоспособности и инновационному развитию региона.

Список использованной литературы

- 1 Администрация свободной экономической зоны «Гродноинвест» [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://grodnoinvest.by/grodnoinvest/about/>. – Дата доступа: 13.01.2018.
- 2 Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 13.01.2019.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ СИСТЕМАМИ И ПРОЕКТАМИ

А. В. АМОСОВ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **В. И. Сушко,**

канд. экон. наук, доц.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГРОДНО АЗОТ»)

Внешнеэкономическая деятельность, как сфера экономической деятельности государства и организаций, тесно связанная с внешней торговлей, экспортом и импортом товаров, кредитами и инвестициями, является одним из наиболее важных и приоритетных направлений в современном экономическом развитии Республики Беларусь. В связи с активным выходом белорусских предприятий на международный рынок, вопросы, связанные с внешнеэкономической деятельностью, приобретают особую актуальность. Это подтверждается формированием международной специализации экономики страны по следующим направлениям, основными из которых являются:

– специализация на производстве наиболее сложной в технологическом отношении продукции, основанной на использовании таких ограниченных ресурсов, как научно-технический задел и высококвалифицированная рабочая сила;

– преобладание в отраслевой структуре национальной экономики обрабатывающих отраслей (химическая, машиностроительная, нефтеперерабатывающая, деревообрабатывающая), развитие которых вызывает потребность в углублении специализации, расширении межгосударственных связей;

– участие в международном производственном кооперировании с государствами, имеющими сходные производственные структуры, посредством формирования технологических производственных цепочек, находящихся в разных странах, и развития внешнеэкономических связей с государствами-партнерами по встречному обмену деталями, узлами, компонентами, готовой продукцией, в том числе одной номенклатуры;

– усиление специализации на разработке и передаче научно-технических знаний, технологий в виде развития торговли наукоемкой продукцией, лицензионной торговли, инжиниринга и др.;

– совершенствование инфраструктуры, в том числе образующей составную часть международной транспортной инфраструктуры, что находит выражение в создании новых поколений автомобильного, железнодорожного транспорта, международных трубопроводов, расширении перевозок между странами [1].

Активную работу по развитию внешнеэкономической деятельности ведет ОАО «Гродно Азот», которое является основным производителем азотных удобрений в стране, помимо этого выпускает и другие виды химической продукции [2].

Основными производственными подразделениями предприятия являются цехи по производству аммиака, метанола, минеральных удобрений (карбамид, сульфат аммония, жидкие азотные удобрения – КАС, аммиачная вода), капролактама, гидроксиламинсульфата кристаллического, двуокиси углерода жидкой, серной кислоты и олеума, топлива биодизельного. Филиал «Завод Химволокно» ОАО «Гродно Азот» включает: производство полиамидной технической нити и кордной ткани; производство кордной и капроновой нити; цех производства пластических масс; производство товаров народного потребления [2]. Основная задача открытого акционерного общества «Гродно Азот», как одного из крупнейших предприятий химической отрасли Республики

Беларусь – максимально полное удовлетворение потребностей отечественного агро-промышленного комплекса в азотных минеральных удобрениях, а химической отрасли страны – в капролактаме, метаноле и других видах продукции. ОАО успешно повышает свою конкурентоспособность на мировом рынке и объёмы реализованной продукции на нем за счет изучения и анализа рынка сбыта, изучения сильных и слабых сторон конкурентов, соблюдением технологической и санитарной дисциплины производства, высокого качества выпускаемой продукции и снижение ее себестоимости, благодаря модернизации технологических процессов и внедрении нового оборудования [2].

Активная работа по развитию внешнеэкономической деятельности ОАО «Гродно Азот» ведется по следующим направлениям:

- выпуск продукции высокого качества, отвечающей ожиданиям и потребностям клиентов и соответствующей предъявляемым регламентирующим требованиям; расширение её ассортимента, использование новых видов упаковки;

- модернизация действующих и строительство новых производств, использование прогрессивных технологий, внедрение мероприятий по повышению эффективности производства, поддержание основных фондов, рациональное использование ресурсов, снижение непроизводительных затрат;

- повышение уровня автоматизации технологических процессов;

- активное изучение мирового рынка минеральных удобрений, поиск новых каналов сбыта продукции, а также более выгодных условий поставки сырья, энергоносителей и оборудования;

- развитие необходимой компетентности персонала, совершенствование организации труда, поощрение и признание вклада персонала в улучшение деятельности ОАО;

- постоянное улучшение систем менеджмента, соответствующих стандартам управления ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 на основе определения рисков и возможностей, реализации мероприятий по предупреждению негативных последствий [2].

Таким образом, благодаря внедрению новых способов и технологий производства, грамотной работе в области маркетинга, ориентирование не только на отечественные, но и на внешние рынки ОАО «Гродно Азот» является одним из самых известных экспортеров минеральных удобрений и капролактама в мире. ОАО «Гродно Азот» завершает строительство цеха азотной кислоты с реконструкцией действующего цеха жидких азотных удобрений. Ввод его в строй позволит увеличить объемы производства карбамидо-амиачной смеси на 60 % и снизит потребление топливно-энергетических ресурсов, за счет чего уменьшится себестоимость выпускаемой продукции.

Список использованной литературы

1 Внешнеэкономическая деятельность: курс лекций по одному дисциплине для студентов эконом. специальностей заоч. формы обучения / Р. А. Лизакова. – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2009. – 145 с.

2 Об организации [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.azot.by/ru/about/company-structure>. – Дата доступа: 25.01.2019.

В. Ю. АРТЮШЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. П. Геврасёва,**

канд. экон. наук, доц.

ИНВЕСТИЦИИ В «ЗЕЛЁНУЮ» ЭКОНОМИКУ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года (НСУР–2035) должна обеспечить сбалансированную по компонентам (человек,

экономика, экология) постановку целей и приоритетов устойчивого развития страны, а также обеспечить соответствие белорусской модели принципам сильной устойчивости, предполагающей «зелёный» вектор развития страны, максимальное применение замкнутого использования ресурсов (циркулярная экономика). В НСУР–2035 полностью предлагается модифицировать систему стратегических приоритетов устойчивого развития следующим образом:

- приоритет 1 – высокий экономический рост;
- приоритет 2 – высокий уровень занятости и снижение неравенства доходов;
- приоритет 3 – высокие социальные стандарты жизни и социальная безопасность;
- приоритет 4 – высокие экологические стандарты жизни;
- приоритет 5 – инновации во всех сферах (экономической, социальной, экологической).

Данная система приоритетов НСУР–2035 позволит обеспечить: ориентацию на сбалансированное формирование всех трех компонентов устойчивого развития; учет содержания и приоритетности целей устойчивого развития; преемственность стратегических приоритетов НСУР–2030 [1].

Для создания экономической базы устойчивого развития Гомельской области в период до 2030 г. необходима структурная перестройка экономики в части увеличения удельного веса и развития новых высокоэффективных производственных отраслей. Актуальность данного направления обусловлена тем, что Гомельская область является крупнейшим высокоразвитым индустриальным регионом республики, на территории которого работает более 230 крупных и средних предприятий, доля их в объеме промышленного производства республики составляет 20,6 %. В сфере промышленности Гомельской области занято 130 тысяч человек или 22 % занятого в экономике населения. В ближайшие годы в области планируется реализация ряда крупных инвестиционных проектов, завершение которых позволит придать дополнительный потенциал экономике.

Гомельской области. В таблице 1 указаны основные инвестиционные проекты, планируемые к реализации на территории Гомельской области в 2016-2020 годах, которые окажут влияние на развитие «зелёной» экономики в области [2].

Таблица 1 – Основные инвестиционные проекты, планируемые к реализации на территории Гомельской области в 2016-2020 гг.

Наименование организации	Название проекта	Стоимость проекта, тыс. руб.	Источники финансирования		Количество создаваемых рабочих мест
			Внутренние, тыс. руб.	Внешние, тыс. руб.	
1	2	3	4	5	6
ОАО «Беларуськалий»	Промышленная разработка Петриковского месторождения калийных солей со строительством и вводом в эксплуатацию в Гомельской области горно-обогатительного комплекса мощностью 1,5 млн. т хлорида калия в год, и его последующей эксплуатацией	1 613 700	1 106 500	507 200	1 779
ОАО «Светлогорский ЦКК»	Строительство завода по производству сульфатной беленой целлюлозы мощностью 400 тыс. т в год «под ключ» с учетом организации	1 549 260	1 549 260	–	161

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6
	производства вискозной целлюлозы				
ОАО «Мозырский НПЗ»	Строительство комплекса гидрокрекинга тяжелых нефтяных остатков	2 026 692	1 136 156	620 524	397
	Строительство установки каталитического риформинга с непрерывной регенерацией катализатора	653 466	653 466	–	–
	Строительство комплекса гидрокрекинга вакуумного газойля	873 763	873 763	–	109
ОАО «БМЗ-УКХ «БМК»	Увеличение производительности внепечной обработки стали в ЭСПЦ-1, ЭСПЦ-2	173 453	146 367	27 086	124
	Организация финишной линии для производства труб нефтегазового сортамента	157 170	157 170	–	50
ООО «ДЕЛКОМ40»	Организация производства по выпуску мебели	36 465	10 530	25 935	630

В таблице 2 проанализировано влияние реализации инвестиционных проектов на развитие «зелёной» экономики Гомельской области в соответствии с системой стратегических приоритетов устойчивого развития НСУР–2035.

Таблица 2 – Вклад организаций Гомельской области в развитие «зелёной» экономики при реализации инвестиционных проектов

Наименование организации, реализующей проект, название проекта	Цели развития на принципах «зелёной» экономики			
	Повышение благосостояния населения	Создание новых рабочих мест	Снижение выбросов загрязняющих веществ и защита окружающей среды	Вклад в экономическое развитие региона (увеличение ВРП, рост экспорта)
ОАО «Беларуськалий»	+	+		+
ОАО «Светлогорский ЦКК»	+	+		+
ОАО «Мозырский НПЗ»	+	+	+	+
ОАО «БМЗ-УКХ «БМК»	+	+		+
ООО «ДЕЛКОМ40»	+	+		+

Таким образом, реализация инвестиционных проектов позволит Гомельской области развиваться на принципах «зелёной» экономики, т.к. это приведёт к повышению благосостояния населения, созданию новых рабочих мест, снижению выбросов загрязняющих веществ и будет способствовать ее социально-экономическому развитию.

Список использованной литературы

1 Рекомендации к программе социально-экономического развития Гомельской области 2016-2020 гг. // Стратегическая мысль [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://gomel-experts.org/docs/rekomendatsyi.pdf>. – Дата доступа: 18. 01.2018.

А. А. БОЖКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. П. Геврасёва,**

канд. экон. наук, доц.

СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Организации, работающее в условиях конкуренции, должны знать своё положение на рынке относительно конкурентов, выяснить свои конкурентные преимущества и именно на них построить конкурентную стратегию, которая позволит успешно осуществлять предпринимательскую и производственную деятельность [1, с. 25].

Актуальность направлений повышения конкурентоспособности производителей состоит в проблематике их реализации. В большинстве случаев продукция оказывается неконкурентоспособной не только на внешнем, но и на национальном рынках. Это связано с множеством таких причин, как относительно невысокое качество реализуемой продукции, низкий уровень маркетинга, отсутствие крупных инвесторов либо недостаточная заинтересованность персонала организации в итогах деятельности.

Эффективность результатов деятельности организации возможна только при условии, что каждый руководитель будет считать своих сотрудников ценным активом, создавать эффективную систему мотивации и стимулирования труда работников, а работник в свою очередь будет вовлечен в процесс деятельности организации. Однако, следует учитывать, что единой системы мотивации и стимулирования труда не существует, она индивидуальна для каждой организации и её сложность, многогранность, эффективность и вариация могут быть различными.

В связи с этим перед каждым руководителем должна ставиться задача по разработке такой модели стимулирования труда, которая будет эффективна с учетом специфики деятельности организации, так как конечный продукт их труда напрямую зависит от места продукции на конкурентном рынке.

Универсальным средством мотивации персонала послужит система переменного дохода на основе КРІ (ключевые показатели эффективности). Суть системы состоит в том, чтобы стимулировать работника выполнять определенный ряд показателей (целей), а не производить безусловное начисление премии.

При этом данная модель стимулирования труда может быть разработана как на краткосрочную, так и на долгосрочную перспективу.

При разработке мотивации по данной модели должны выполняться принципы:

- мотивация должна соответствовать миссии и целям организации;
- учитывать мотивационные факторы, ожидания и потребности персонала;
- устранять демотивирующие факторы;
- система вознаграждения должна быть понятна и прозрачна для работника;
- мотивация строится на принципе справедливой оплаты труда;
- стимулирование не только индивидуального, но и коллективного труда;
- своевременная выплата вознаграждения;
- система должна быть комплексной, включать как материальное, так и нематериальное вознаграждение;
- ежегодно проводить мониторинг конкурентоспособности зарплат;
- вовлечение персонала в проведение изменений.

Исходя из этого, устанавливаются следующие правила:

- система мотивации должна иметь количественные и качественные показатели труда. Количественные показатели должны иметь величину в числовом выражении и единицу измерения. Выбранные количественные показатели должны иметь механизм их сбора, анализа и отражаться в документах управленческой отчетности и/или оперативного учета и фиксироваться в документах электронной информационной системы организации. Качественные показатели должны быть описаны «итоговым событием установленной цели», наступление которого определяет факт выполнения соответствующего качественного показателя. Итоговое событие установленной цели должно документально фиксироваться приказом, первичным учетным или юридически значимым документом, подтверждающим наступление итогового события и т.д.;
- разработка целей должна осуществляться до начала оценочного периода;
- руководителю необходимо доводить плановые и фактические цели выполнения работнику.

При постановке целей работникам следует руководствоваться принципами:

- конкретность – цель должна быть сформулирована так, чтобы работники четко понимали, что от них требуется, в каком количестве и в какие сроки;
- измеримость – количественная цель должна быть выражена в цифровых значениях (тонны, рубли, штуки и т.д.), а качественная цель – должна быть подтверждена итоговым событием (акт, договор и т.д.);
- достижимость – цели должны быть доступными для работников;
- значимость – цели должны соответствовать целям организации и способствовать стремлению работников к развитию;
- срочность – цели должны иметь начало исполнения, конец исполнения и продолжительность.

При внедрении системы КРІ фиксируются плановые и фактические значения выбранных показателей, руководителю становится ясно за что и как мотивировать сотрудников. А тем, в свою очередь, ясно, при каких условиях и какие вознаграждения можно ожидать. На выходе организация получает конкурентоспособный персонал.

Конкурентоспособный работник через качественный труд и высокую мотивированность способен реализовать свои конкурентные преимущества и удовлетворить потребности организации. Организация, в свою очередь, производит продукцию, которая удовлетворяет рыночные потребности, и становится конкурентоспособным на рынке товаров и услуг. Таким образом, при применении предложенной системы стимулирования труда персонала организации могут повысить рентабельность своей деятельности и заполнить рынок конкурентоспособными товарами.

Список использованной литературы

1 Гурков, И.Б. Стратегический менеджмент организации / И.Б. Гурков. – М.: ТЕИС, 2004. – 239 с.

Е. Г. БОЛДУЕВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Бабына,**

канд. экон. наук, доц.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Важнейшим показателем эффективного использования трудовых ресурсов региона является производительность труда – средняя сумма произведенной продукции,

приходящаяся на одного работника в единицу времени (день, месяц, квартал, год), исчисленная путем деления объема валового регионального продукта на численность занятого населения Гомельской области. Информация об эффективности использования трудовых ресурсов Гомельской области за 2015-2017 гг. представлена в таблице 1 [1].

Таблица 1 – Данные об эффективности использования трудовых ресурсов Гомельской области за 2015-2017 гг.

Наименование показателя	2015г.	2016г.	2017г.	Отклонение от	
				2015г.	2016г.
Валовой региональный продукт, млн. руб.	9 417,2	9 422,6	11 164,0	1 746,8	1 741,4
Численность занятого населения, тыс. чел.	619,2	602,4	594,0	-25,2	-8,4
Производительность труда, тыс. руб.	15,2	15,6	18,8	3,6	3,2
Фонд заработной платы, тыс. руб.	3 070,4	3 770,4	4 192,7	1 122,3	422,3
Среднемесячная заработная плата, руб.	609,5	633,5	722,9	113,4	89,4
Коэффициент опережения	-	-	-	104,3	105,6

Из данных таблицы 1 следует, что в регионе наблюдается увеличение производительности труда. Темп роста производительности труда выше темпа роста средней заработной платы. Это говорит о том, что происходит уменьшение удельных затрат на оплату труда на единицу произведенной продукции. Эти же данные говорят о присутствии интенсивных факторов в обеспечении экономического развития региона.

Оценим влияние изменения численности занятого населения и их производительности труда на развитие Гомельской области, с учетом инфляционных потерь. В таблице 2 представлены исходные данные для факторного анализа валового регионального продукта Гомельской области в 2016-2017 гг.

Таблица 2 – Исходные данные для факторного анализа валового регионального продукта Гомельской области в 2016-2017 гг.

Показатель	2016г.	2017г.	Отклонение (+;-)
Валовой региональный продукт, млн. руб.	9 422,6	11 164,0	1741,4
Численность занятого населения, тыс. чел.	602,4	594	-8,4
Индекс дефлятора	1	1,0818	+0,0818
Производительность труда, тыс. руб.	15,642	17,373	+1,731

В таблице 3 приведен алгоритм расчета влияния изменения средней численности работников Гомельской области и их производительности труда в сопоставимых ценах на объем валового регионального продукта. Из таблицы 3 видно, что уменьшение средней численности работников Гомельской области в 2017 году по сравнению с 2016 годом на 8,4 тыс. чел. привело к снижению объема валового регионального продукта на 131,393 млн. руб., а рост производительности труда в сопоставимых ценах на 1,731 тыс. руб. увеличил объем валового регионального продукта на 790,032 млн. руб. Наибольший прирост валового регионального продукта обеспечен за счет инфляции в 2017 году – на 1 112,322 млн. руб.

Следовательно, для повышения эффективности использования трудовых ресурсов Гомельской области целесообразна реализация следующих мероприятий: увеличение рождаемости, уменьшение текучести трудовых ресурсов, благоустройство сельской местности, уменьшение административных барьеров для частных организаций.

Таблица 3 – Алгоритм расчета влияния изменения средней численности работников, производительности труда одного работника на объем валового регионального продукта

Факторы изменения объема валового регионального продукта	Расчет	Влияние на динамику объема валового регионального продукта, млн. руб.
За счет изменения средней численности работников	-8,4x1x15,642	-131,393
За счет дефлятора	594x0,0818x15,642	760,032
За счет изменения производительности труда	594x1,0818x1,731	1 112,322
Итого		1 740,961

Для увеличения рождаемости необходимо увеличение процентов привязки ежемесячных детских пособий по уходу за ребенком в возрасте до 3-ех лет к среднемесячной заработной плате до 40-50%. В результате увеличения ежемесячных пособий планируется увеличить рождаемость в 1,057 раза.

Для снижения уровня текучести и повышения закрепляемости кадров в организациях Гомельской области целесообразно внедрить новую систему доплат и надбавок, которая будет включать доплаты к должностному окладу за наставничество и надбавки молодым специалистам, которые будут устанавливаться в зависимости от среднего балла диплома. Данная система стимулирования позволит увеличить заинтересованность работающих в выполнении своих трудовых обязанностей.

Для обеспечения привлекательности сельской местности и малых населенных пунктов для проживания населения необходимо формировать соответствующую инфраструктуру. Так, инфраструктура г. Буда-Кошелево достаточно развита, однако есть необходимость открытия пиццерии, т.к. в данном городе заведения такого типа отсутствуют. В результате открытия пиццерии в г. Буда-Кошелево государство получит годовой экономический эффект в размере 207,00 тыс. руб. и социальный эффект в виде увеличения количества занятых в экономике на 9 человек. Следовательно, численность занятого населения в частном секторе увеличится на 2,2 %.

В таблице 4 представлена обобщенная информация о данных мероприятиях.

Таблица 4 – Мероприятия по повышению эффективности использования трудовых ресурсов Гомельской области

Проблема	Путь решения	Экономический эффект	Исполнители
Уменьшение населения	Увеличение ежемесячных пособий по уходу за ребенком в возрасте до 3-ех лет	610,6 млн. руб.	Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь
Высокий уровень текучести кадров	Введение в организациях Гомельской области надбавки работникам за обучение и наставничество, доплаты молодым специалистам, прибывшим на обязательную отработку	6,5 млн. руб.	Организации Гомельской области
Уменьшение численности занятого населения	Открытие в г. Буда-Кошелево пиццерии	9 рабочих мест	Индивидуальный предприниматель

Реализация предложенных мер позволит повысить эффективность использования трудовых ресурсов Гомельской области и обеспечит экономический рост региона.

Список использованной литературы

1 Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа <http://www.belstat.gov.by/>. –Дата доступа: 02.12.2018.

И. И. БУДЬКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Н. Говейко,**

канд. экон. наук, доц.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНАЛЬНОГО АПК

Агропромышленный комплекс (АПК) в экономике любой страны занимает особое место. Специфичность роли, отведенной АПК, обуславливается производством продуктов питания как основы жизнедеятельности людей и воспроизводства рабочей силы, производством сырья для многих видов непродовольственных потребительских товаров и продукции производственного назначения. По существу, уровень развития АПК определяет уровень экономической безопасности страны. В связи с вышеизложенным конкурентоспособности АПК уделяется особое внимание в экономике любой страны.

Главной задачей в процессе повышения конкурентоспособности регионального АПК является достижение самообеспеченности региона основными продуктами питания. Отсутствие данного фактора автоматически определяет неконкурентоспособный статус агропромышленного комплекса региона. По этой причине одной из концептуальных целей увеличение конкурентоспособности регионального АПК должно быть достижение самообеспеченности регионов основными продуктами питания, произведенными на своей территории и владеющими значительными высококачественными данными. Конкурентоспособность регионального АПК должна основываться на стратегии, базирующейся на сочетании инновационных и традиционных подходов. При этом особое внимание следует уделять исследованию изменения природно-климатических факторов и их влиянию на результаты сельскохозяйственного производства. Рост теплоснабжения в определенных пределах способствует расширению и совершенствованию растениеводства, но при значительном повышении среднегодовой температуры сельское хозяйство в южных и восточных регионах Республики Беларусь уже сталкивается с проблемой неадекватной гидратации сельскохозяйственных культур, обезвоживания сельскохозяйственных культур. В связи с этим следует оценить степень уязвимости белорусских почв к неблагоприятным последствиям засух и засух, а также других погодных и климатических факторов как в текущих, так и в ожидаемых климатических условиях.

Агроклиматические ресурсы территории характеризуются тремя основными показателями: количеством тепла и влаги в период вегетации и условиями зимовки пахотных культур. Территория Беларуси характеризуется агроклиматическими условиями, которые достаточно благоприятны для развития сельского хозяйства. Однако сильные колебания погодных условий иногда приводят к явлениям, которые мешают развитию растений, а иногда их частичному повреждению или даже полному разрушению. Наиболее опасными погодными явлениями на территории Беларуси являются: в теплый период – заморозки, сухие явления, связанные с длительным отсутствием дождя и высокими температурами воздуха, обильные осадки, часто сопровождаемые градом и штормовым ветром, продолжительные периоды дождей, которые ухудшают состояние почвенной влаги растений; в холодное время года – оттепель, сильные морозы, грунтовый лед; в ранние весенние периоды – замачивание, выкатывание, холодное возвращение и др. [1].

По термическим ресурсам периода активной вегетации (суммы температур воздуха выше 10°C), территория Беларуси разделена на 4 агроклиматические области: северную, центральную и южную, и новую. Каждая климатическая область

характеризуется своими особенностями и пригодна для произрастания различных земельных культур.

Прогнозы, сделанные на период 2010-2039 гг., показывают увеличение среднегодовой температуры воздуха на 1°C.

Влагообеспеченность в период активной вегетации будет ухудшаться в результате существенного роста температур и увеличения транспирации растений.

Проанализировав текущую агроклиматическую зону Гомельской области и прогноз изменения климата, можно сделать следующие выводы по воздействию, которое изменение климата уже оказало на АПК Гомельской области, а также дать рекомендации по адаптации сельскохозяйственной деятельности в регионе в соответствии с прогнозными показателями изменения климата, что позволит значительно повысить эффективность АПК региона.

В связи с потеплением климата с 2030 года в Гомельской области станет возможным выращивание в открытом грунте в больших объемах овощей и фруктов, бахчевых фруктов, произойдет рост продуктивности зерновых культур, снизится роль животноводства в связи с созданием лучших условий для растениеводства, а также изменится структура сельскохозяйственного производства. В период с 2041 по 2060 гг. появится возможность выращивания в отдельных регионах Гомельской области, значительного числа других южных культур. Однако необходимо обратить особое внимание на рост засух и засушливых явлений, своевременно увеличивая орошаемые площади. Грамотная адаптация к изменяющимся климатическим условиям Гомельской области позволит значительно повысить конкурентоспособность регионального АПК, повысится урожайность, появится возможность выращивания теплолюбивых культур и многое другое.

Список использованной литературы

1 Митакович, О. Значимые научные исследования и разработки (инновации) в области сельского хозяйства и развития агропромышленного комплекса, связанные с проблемами изменения климата: отчет для Службы предоставления экспертных услуг проекта Clima East / О. Митакович. – Минск, 2017. – 41 с.

Е. А. ВЛАЩЕНКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Глухова**

ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В РЕГИОНАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Промышленность Республики Беларусь – крупнейшая отрасль и флагман экономики страны. Ее развитие в значительной степени определяет основные экономические тенденции в республике. Промышленность страны включает в себя многие виды экономической деятельности, к которым отнесены субъекты хозяйствования, расположенные в различных регионах страны. Рассмотрим динамику объемов промышленного производства по областям Беларуси (таблица 1), а также специализацию промышленных организаций, размещенных в них согласно закону планомерного развития производства и размещению производительных сил по территории государства.

Таблица 1 – Объем промышленного производства по областям Республики Беларусь в 2013 – 2017 гг.

В миллиардах рублей					
Области	2013	2014	2015	2016	2017
Минская область и г. Минск	200 614,5	226 579,6	249 778,8	28 594,8	32 931,4
Гомельская область	126 178,7	140 882,5	154 068,8	15 634,0	18 596,3
Могилевская область	61 127,6	61 287,1	63 831,9	7 623,3	8 787,4
Гродненская область	62 754,4	69 963,7	76 897,7	8 946,7	9 690,0
Витебская область	96 184,2	105 647,1	117 195,5	11 494,5	13 723,0
Брестская область	60 550,7	69 987,8	77 817,2	9 501,5	10 577,9

Примечание: 2016 – 2017 гг. – в млн. руб.; источник [1, с. 38].

Как видно, объем промышленного производства в областях за 5 лет значительно увеличился. Однако темпы его роста нельзя оценить однозначно. Наибольшие темпы роста по отношению к уровню предыдущего года наблюдались в Минской области и г. Минску и в 2017 году составили 115,2 %. Темпы роста рассматриваемого показателя в Гомельской области составили: 2014 г. – 111,6 %, 2015 г. – 109,4 %, 2016 г. – 101,5 %, 2017 г. – 118,9 %. Можно отметить, что в Гомельской области 2017 году ситуация начала стабилизироваться, и был достигнут максимальный темп роста объемов промышленного производства.

Основу промышленного производства республики составляет обрабатывающая промышленность, на долю которой в 2017 году приходилось 88 % общего объема производства продукции промышленности.

Промышленность Минской области имеет развитую отраслевую структуру. Ее организации производят 18,9 % республиканского объема промышленной продукции. Область специализируется на производстве калийных удобрений, карьерных самосвалов, легковых автомобилей, минеральных вод, фармацевтических препаратов и т.д. Ведущими организациями региона являются ОАО «Беларуськалий», ОАО «Коммунарка», ОАО «Милавица», «Слущкий сахарорафинадный комбинат» и др.

Гомельская область обладает значительным научным и экономическим потенциалом и является одним из высокоразвитых индустриальных регионов. На ее долю приходится 19,1 % от объема промышленного производства страны. Организации области специализируется на добыче нефти, природного газа; производстве готового проката, стали, стальных труб; зерноуборочных и кормоуборочных комбайнов; столовой и кухонной посуды из фарфора; обоев, целлюлозы древесной, бумаги и картона и др. Градообразующими предприятиями выступают РУП ПО «Белоруснефть», ОАО «Гомсельмаш», СП ОАО «Спартак», ОАО «Гомельский химический завод» и др.

Могилевская область является основным производителем в стране шин, лифтов, электродвигателей, цемента, тканей из химических волокон и др. Ведущими отраслями области являются производство продуктов питания и напитков, химическое производство, производство резиновых и пластмассовых изделий, производство строительных материалов, производство машин и оборудования. Предприятия области производят 9,3% республиканского объема промышленной продукции. Доля двух крупнейших химических предприятий – ОАО «Могилевхимволокно» и ОАО «Белшина» – составляет около 20% объемов от всей производимой в области продукции.

Основу промышленности Витебской области составляет производство электроэнергии (Лукомльская ГРЭС, Новополоцкая ТЭЦ), переработка нефти и химическое производство (ОАО «Нафтан», ОАО «Полоцк-Стекловолокно»),

производство продуктов питания и напитков, текстильное и швейное производство и производство обуви. Предприятия области производят 14,1 % республиканского объема промышленной продукции. Промышленный комплекс области насчитывает более 200 крупных и средних промышленных предприятий.

На территории Брестской области работает около 260 крупных и средних промышленных предприятий. Ведущее место в структуре промышленного производства занимает производство продуктов питания и напитков (56,8 %), текстильное и швейное производство (5,8 %), машиностроительный комплекс (9,7 %), производство мебели (4,8 %). Предприятия области производят 11,6 % республиканского объема промышленной продукции. Область специализируется на производстве ламп накаливания, газоразрядных и дуговых, свинцово-кислотных аккумуляторов, кузнечно-прессовых машин, неполноповоротных самоходных экскаваторов и ковшовых погрузчиков, бытовых электрических и газовых плит, мебели, игр и игрушек, фанеры клееной, древесностружечных плит, хлопчатобумажных тканей, рыбы и морепродуктов пищевых, включая рыбные консервы. В регионе находятся крупнейшие национальные производители электрических плит (ПТУП «Гефест-техника»), газовых плит (СП «Брестгазоаппарат» ОАО), ламп накаливания, газоразрядных и дуговых (ОАО «Брестский электроламповый завод»). Высоким спросом в Беларуси и за рубежом пользуется продукция СП «Санта Бремор» ООО, ОАО «Савушкин продукт», ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев».

Таким образом, промышленность Республики Беларусь динамично развивается во всех регионах, субъекты хозяйствования которых специализируются на выпуске определенных промышленных товаров для промежуточного и конечного потребления.

Список использованной литературы

1 Промышленность Республики Беларусь: стат. сб. / ред. кол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск: Нац. стат. комитет Респуб. Беларусь, 2018. – 196 с.

Н. И. ГАВРИЛОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Бабына,**

канд. экон. наук, доц.

УГРОЗЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Белорусское текстильное производство – это широкий и перспективный сектор экономики Беларуси. Лёгкая промышленность в Республике Беларусь занимает около 28-30 % в общем объеме производства непродовольственных товаров. Крупнейшие предприятия отрасли входят в состав концерна «Беллегпром» и производят около 80 % всего отраслевого объема. Однако существуют проблемы, препятствующие развитию и выходу легкой промышленности Республики Беларусь на более высокий уровень, что снижает эффективность функционирования предприятия.

В таблице 1 представлены основные показатели деятельности организаций лёгкой промышленности Республики Беларусь.

Таблица 1 – Основные показатели деятельности организаций по виду экономической деятельности «Производство текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха»

Показатели	Годы						Отклонение (+;-)
	2011	2013	2014	2015	2016	2017	
Число организаций, единиц	1 721	1 869	1 825	1 620	1 571	1 615	-106
Отношение числа организаций вида экономической деятельности к общему числу организаций промышленности, %	13,6	13,7	13,4	12,5	13,1	13,5	-0,01
Темп роста объёма промышленного производства: в процентах к 2010 году в процентах к предыдущему периоду	106,8 106,8	105,7 97,5	101,6 96,1	86,4 85,0	90,5 104,7	95,1 105,1	-11,7 -1,7
Удельный вес вида экономической деятельности в общем объёме промышленного производства, %	3,9	4,0	3,8	3,5	4,0	3,9	–
Среднесписочная численность работников, тыс. чел.	119,5	110,7	103,9	90,5	85,5	86,0	33,5
Удельный вес среднесписочной численности работников вида экономической деятельности в среднесписочной численности работников промышленности, %	11,0	10,6	10,3	9,7	9,5	9,7	-1,3
Отношение среднемесячной заработной платы работников вида экономической деятельности к среднемесячной заработной плате работников промышленности, %	67,9	70,0	69,3	67,1	68,8	68,0	+0,1
Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млн. руб.	271,28	224,05	164,66	269,75	453,8	403,0	+131,72
Рентабельность продаж, %	21,4	9,2	6,9	10,8	14,3	13,2	-8,2

Примечание: источник: [1].

Данные таблицы 1 свидетельствуют, что отрасль в 2016-2017гг. переживает определённое оживление после спада, наблюдавшегося в 2014-2015 гг. Однако предприятия отрасли не восстановили параметры развития 2011 года. О проблемах отрасли в определенной степени свидетельствуют снижение числа организаций в отрасли на 6,2 % или на 106 субъектов хозяйствования, сокращение численности работающих на 28 % или на 33,5 тыс. чел., снижение объёма производства до уровня ниже 2010 года, сокращение рентабельности на 8,2 п.п. Сравнивая эффективность работы организаций по производству текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха с показателями работы организаций промышленности в целом, исходя из данных рисунка 1, можно сделать вывод о существенном отставании первых по обобщающему показателю прибыли от реализации продукции на одного работающего.

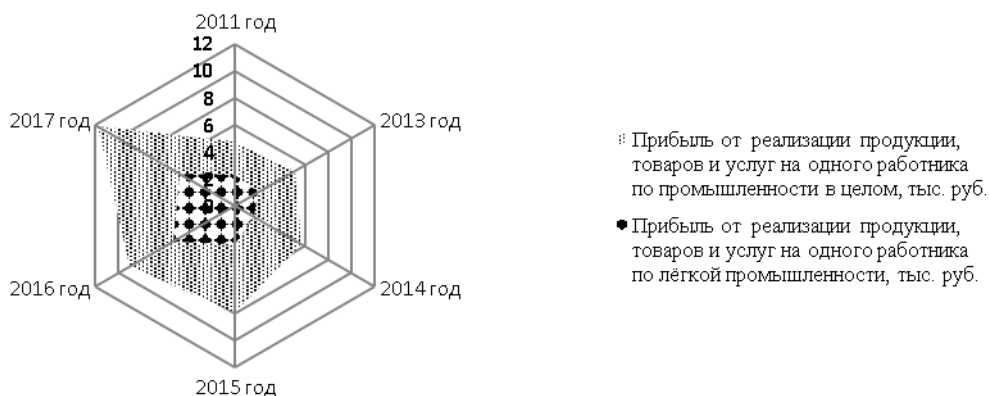


Рисунок 1 – Прибыль от реализации продукции, товаров и услуг на одного работника в целом по промышленности в целом и по лёгкой промышленности в 2011-2017 гг. [1].

В таблице 2 представлены данные о динамике производительности труда в отрасли и по промышленности в целом, которые свидетельствуют о том, что эффективность использования трудовых ресурсов в отрасли существенно ниже, чем в промышленности в целом. Вместе с тем, в последние годы наметилась тенденция повышения эффективности работы отрасли и по данному показателю.

Таблица 2 – Производительность труда на одного работника в целом по промышленности и по виду экономической деятельности «Производство текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха» за 2011-2017 гг.

Показатели	Годы					
	2011	2013	2014	2015	2016	2017
Производительность труда на одного работника, тыс. руб. по промышленности в целом	32,1	58,0	67,1	78,9	91,3	106,9
по виду экономической деятельности «Производство текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха»	11,3	22,1	24,8	28,5	37,9	42,8
Отношение производительности труда по виду экономической деятельности к производительности труда по промышленности, %	35,2	38,10	37,0	36,1	41,5	40,0
Темп роста производительности труда на одного работника, в процентах к предыдущему году по промышленности в целом	111,2	181,3	115,7	117,5	115,7	117,0
по виду экономической деятельности «Производство текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха»	101,2	195,6	112,2	114,9	132,9	112,9

Примечание: источник: [1].

Исходя из сложившихся тенденций, можно определить угрозы развития организаций легкой промышленности: проблемы со сбытом товаров в республике и за ее пределами, обусловленные высокой конкуренцией как со стороны белорусских, так и зарубежных организаций, снижением платежеспособного спроса на продукцию предприятий концерна на внутреннем рынке и на рынке Российской Федерации; высокий удельный вес импортной составляющей в себестоимости продукции и ряд других проблем. Основные направления их решения связаны с необходимостью глубокой модернизации производств, повышением конкурентоспособности белорусской продукции легкой промышленности за счет обновления и расширения ассортимента продукции (не менее 70–80 %); проведения работ по полной сертификации систем управления качеством; снижения материальных затрат на единицу выпускаемой продукции за счет использования местных видов сырья, широкой внутриотраслевой кооперации, внедрения новых энергосберегающих технологий и др.

Список использованной литературы

1 Промышленность Республики Беларусь: стат. сб. /Нац-й стат. к-т [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 16.01.2019.

А. А. ГАРЕЛЕНКО

(г. Гомель, УО «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»)

Науч. рук. **М. Н. Андриянчикова,**

канд. экон. наук, доц.

ОСОБЕННОСТИ СТИЛЕЙ РУКОВОДСТВА В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

В настоящее время многие организации активно взаимодействуют с зарубежными фирмами и компаниями. Однако в процессе взаимодействия могут возникать проблемы, связанные с тем, что его участники действуют в соответствии с традициями, принятыми в их культуре, поэтому важным аспектом является изучение зарубежного

опыта управления. В качестве примера рассмотрены особенности стилей управления таких стран как, Америка, Великобритания, Франция и Германия (табл. 1.1).

Таблица 1.1 – Сравнительный анализ стилей управления в Европейских странах

Объект сравнения	США	Великобритания	Франция	Германия
Характер решений	Индивидуальный	Индивидуальный	Индивидуальный	Индивидуальный
Ориентация	На цель	На задачу	На человека	На задачу
Разграничение обязанностей	Четкое деление должностных обязанностей	Четкое деление должностных обязанностей	Универсалы, знакомы со всеми стадиями работы организации	Четкое деление должностных обязанностей
Специализация	Узкая	Узкая	Широкая	Широкая
Ответственность	Индивидуальная	Индивидуальная	Индивидуальная	Индивидуальная
Приверженность работника	К профессии	К профессии	К фирме	К фирме
Оценка и карьерный рост	Быстрый	Медленный	Медленный	Быстрый
Идеал менеджера	Сильная личность	Коммуникабельный и прагматичный	Принадлежность к управленческой элите	Высокая степень дисциплины и педантичность
Способ контроля	По индивидуальным показателям	По индивидуальным показателям	По индивидуальным показателям	По индивидуальным показателям
Отношение к подчинённым	Формально, но сотрудники нуждаются в одобрении	Формальное, стремление к общему компромиссу	Неформальное общение между всеми работниками	Формальное, только вертикальная коммуникация
Обусловленность карьеры	Личные качества (упорство, жёсткость, самостоятельность)	Возраст, стаж, профессиональные достижения	Личные качества (коммуникабельность)	Возраст, стаж, профессиональные достижения
Контроль	Жесткий	Мягкий	Жесткий	Средний
Оплата труда	По индивидуальным результатам	По индивидуальным результатам	По индивидуальным результатам	По коллективным результатам
Найм на Работу	Краткосрочный	Краткосрочный	Пожизненный	Пожизненный

Примечание: [1, с. 112].

Германия. Немецкий менеджер промышленных предприятий хорошо ориентируется в производстве, старается быть ближе к людям и к самому производству. Деятельность немецких менеджеров основана на выполнении и соблюдении правил и инструкций, что способствует чёткой работе. Этот показатель характеризует высокий уровень образования, стремление любого человека участвовать в деятельности организации и внести свой вклад в ее развитие [2, с. 123].

Франция. Деловая культура во Франции более автократична, чем немецкая, хотя это и не всегда очевидно. Во Франции у босса более расплывчатая роль, он обращается к подчиненным на «ты» и часто похлопывает их по плечу. Однако это поведение так же обманчиво. Статус французского президента компании определяется его происхождением по рождению, возрастом, образованием и профессиональной квалификацией. Предпочтение отдается тем, кто закончил *Ecole normale superieure* – элитарное заведение, более престижное, чем любой французский университет [3, с.110].

Великобритания. Великобритания – страна с индивидуалистической культурой, где ценились ответственность, способность, инициатива и конкурентоспособность. У британских управляющих ярче выделен индивидуализм, более целенаправленны, замкнуты и почтительны, что создаёт формальную атмосферу деловых отношений [4, с. 315]. Помимо этого, можно сказать, что они дипломатичны, обладают чувством такта, спокойны, рассудительны, стремятся к компромиссу и стараются быть честными. Несмотря на свою склонность к дружелюбию, гостеприимство и стремление быть честными, приверженность британских менеджеров традиции наделяет их упрямством и ограниченностью, которые мешают им понять ценности других людей.

США. Основными качествами американцев являются: общительность, уверенность в себе, оптимизм, честолюбие и обостренное чувство индивидуализма. Без этих качеств невозможно пробиться в деловой мир и сделать успешную карьеру. Ключевые черты американского менеджмента, состоят в мощной приверженности принципам индивидуализма, тесно связанного со стремлением к достижению успеха, и универсализма, выражающегося в выработке и принятии универсальных кодексов, правил и законодательных норм. Другими важными чертами являются краткосрочная ориентация (short-termism) и благоприятное отношение к риску [5, с. 131].

Таким образом, можно сделать вывод, что в Америке большое значение придаётся напористости, самостоятельности и жёсткости руководителя. В Великобритании считается, что необходимо изменять методы и стиль управления в зависимости от ситуации, так как универсального стиля, одинаково эффективного во всех ситуациях, не существует. Французский стиль является автократичным, что говорит о высокой степени централизации власти. В Германии важными составляющими являются иерархия, так как немцы известны своей педантичностью и дисциплиной.

Стиль управления в разных странах будет заметно отличаться. Это связано не только с различной экономической и политической ситуацией в стране, но и с особенностями национальной культуры, традициями и привычками людей. Так, например, в Америке формируется упрощённый подход и неформальность, направленный только на получение материальных ценностей, чего не могут понять Французы. Также заносчивость англичан не позволяет им до конца понимать некоторые нюансы управления других стран, а немцы считают, что при управлении персоналом необходим жесткий регламент и контроль, с чем не согласны Французы. Поэтому, для того, чтобы максимально эффективно управлять персоналом, необходимо изучать и применять на практике все стили руководства. Такое знание может принести пользу руководителю при управлении на промышленном предприятии, так как в настоящее время отечественные организации активно взаимодействуют с зарубежными фирмами и компаниями.

Список использованной литературы

- 1 Льюис, Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе От столкновения к взаимопониманию / Р.Д. Льюис; пер с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 448 с.
- 2 Агафонова, М.С. Немецкая модель менеджмента / М.С. Агафонова, Ю.А Жданкина // Современные наукоемкие технологии. – 2014. – № 7-2. – С. 123-123.
- 3 Решетникова, Е.В. Особенности менеджмента в США / Е.В. Решетникова, И.Д. Айба, М.М. Пухова // Трубопроводный транспорт: теория и практика. – 2011. – №6(28). – С. 55-59.
- 4 Пивоваров, С.Э. Сравнительный менеджмент / С.Э. Пивоваров, И.А. Максимцев. – СПб.: Питер, 2008. – 480 с.
- 5 Шли, Э. Х. «Американизация» немецкого менеджмента / Э. Х. Шли, М. Уорнер // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. –Серия 2: Экономика. – 2002. – С. 131.

В. А. ГРИГОРЬЕВ

(г. Могилёв, Белорусско-Российский университет)

Науч. рук. **В. А. Ливинская,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

ОДИН ИЗ ПОДХОДОВ К ВЫБОРУ ФАКТОРОВ ПРИ МОДЕЛИРОВАНИИ РЫНКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ВТОРИЧНОМ РЫНКЕ АВТОМОБИЛЕЙ

Актуальная стоимость автомобиля на вторичном рынке может быть необходима в различных ситуациях (оценка ущерба после аварии, оценка имущества при банкротстве предприятия или в бракоразводном процессе, использование транспортного средства

в качестве залога) и зависит от многих параметров. Физическим лицам зачастую довольно сложно определить стоимость их автомобиля при продаже. В таких ситуациях они могут обращаться к специалистам по оценке транспортных средств, либо ориентироваться на существующие на рынке предложения. Сами специалисты по оценке вынуждены постоянно мониторить данные рынка, информацию о котором сейчас возможно получать с сайтов, на которых сами продавцы размещают объявления о продаже своих автомобилей. Так, всем известный крупный российский интернет-ресурс для размещения объявлений о продаже Авито-Авто(www.avito.ru)[1], позволяет получить информацию о цене на конкретный автомобиль на вторичном рынке в зависимости от ряда факторов. Для получения средней сложившейся рыночной цены для всех классов автомобилей, присутствующих на рынке можно использовать аппарат эконометрического моделирования. Представляет интерес получение остаточной стоимости автомобиля в зависимости от количественных и качественных параметров.

Если вопрос использования информации о количественном факторе не представляет особых сложностей, то вариацию качественного признака удобно описывать с помощью фиктивных переменных, т.е. искусственно созданных исследователем переменная, используемых для присвоения качественным переменным количественных меток (0 или 1 в зависимости от наличия или отсутствия заданного свойства объекта)[2].

Одним из способов выявления влияния качественных факторов на цену является графический, который реализован во многих специализированных пакетах для обработки экспериментальных данных. Так, на рисунке 1 отчетливо видно падение цены с увеличением числа владельцев и при условии, что машина требует ремонта. следовательно оба фактора должны быть включены в модель.

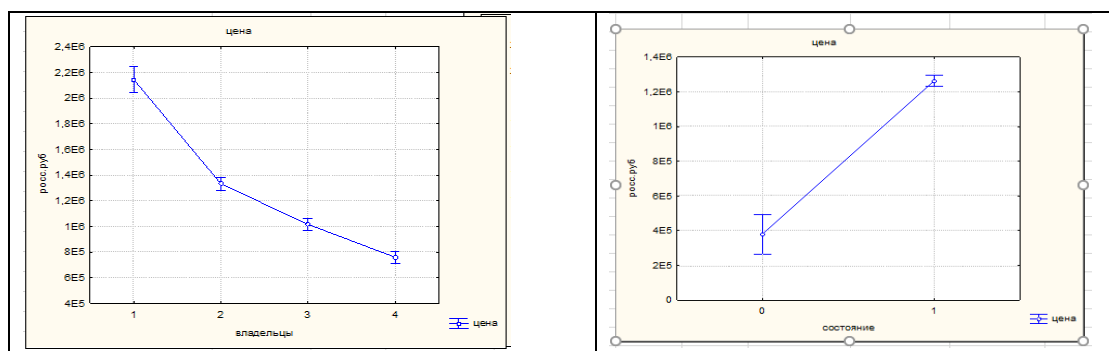


Рисунок 1 – Определение влияния качественных факторов на цену

Более обоснованный вывод о необходимости включения качественного фактора делается с помощью дисперсионного анализа, который может быть проведен даже в EXCEL. В исследовании с помощью фиктивных переменных учитывались следующие качественные признаки: тип привода (передний/задний/полный), состояние (аварийный /не аварийный), тип коробки передач(механика/автомат/робот/вариатор), тип кузова(седан/хетчбэк/внедорожник/купе/микроавтобус/универсал/фургон) и тип топлива(бензин/дизель/газ-бензин). Если у признака имеется N возможных значений, вводится N-1 фиктивная переменная. Пример введения фиктивных переменных для описания типа двигателя приведен в таблице 1

Таблица 1 – Задание фиктивной переменной «Тип топлива»

Тип двигателя	Dtype1	Dtype2
Бензин	1	0
Дизель	0	1
Газ/бензин	0	0

Для обоснования включения в модель количественных факторов был проведен корреляционный анализ, для удобства представления результатов которого используется корреляционная матрица (рисунок 2). Коэффициент корреляции, превышающий значение 0,5, дает основание включать фактор в модель для дальнейшего анализа.

	Возраст	Пробег	Объем дв	владельцы	мощность	цена
Возраст	1,00	0,68	0,25	0,48	-0,20	-0,89
Пробег	0,68	1,00	0,06	0,46	-0,25	-0,56
Объем дв	0,25	0,06	1,00	0,13	0,68	-0,25
владельцы	0,48	0,46	0,13	1,00	-0,07	-0,41
мощность	-0,20	-0,25	0,68	-0,07	1,00	0,12
цена	-0,89	-0,56	-0,25	-0,41	0,12	1,00

Рисунок 2 – Корреляционная матрица количественных признаков

Список использованной литературы

- 1 Продажа подержанных автомобилей, купить авто с пробегом в России на Avito [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: www.avito.ru/rossiya/avtomobili/s_probegom. – Дата доступа: 01.12.2018.
- 2 Бородич, С. А. Эконометрика. Практикум: учеб. пособие / С. А. Бородич. – М.: ИНФРА-М; Новое знание, 2015. – 329 с.

Д. Ж. ДЖАКИПОВА

(Карагандинский государственный университет им. академика Е. А. Букетова)

Науч. рук. **Р. К. Андарова,**

д-р экон. наук, проф.

ОСОБЕННОСТИ И ЦЕЛИ СТАРТАП-ПРОЕКТОВ

В 90-х годах XX века в сфере предпринимательства появился такой феномен, как стартап. Его появлением мы обязаны Дэвиду Паккарду и Уильяму Хьюлетту, которые создали компанию «Hewlett-Packard» и назвали ее стартап, от английского слова start up – запускать. Позже бизнесмен Стив Бланк объяснял этот термин, как временную структуру, которая занимается поисками масштабируемой, воспроизводимой, рентабельной бизнес-модели [1, стр.20].

В общем понимании, стартапом является любой молодой бизнес, однако это ошибочное мнение. Стартап-проект основывается на уникальной идеи, ранее нигде не использованной. Помимо этого, важной отличительной особенностью стартапов является технологичность. Стартапу не обязательно основываться на IT-технологиях, это может быть оффлайн проект. Таким образом, целью стартап-проекта может быть только создание нового продукта: программного или поставленного на конвейер физического. Однако продукт, в отличие от услуги, можно воспроизводить многократно, при этом не увеличивая штат сотрудников пропорционально количеству продаж. Ритейл в чистом виде также не может быть стартапом, в силу сложности его масштабирования. Причиной популярности и успешности стартап-проектов принято считать быстрое развитие, в отличие от корпораций, которые используют уже имеющиеся продукты, а разработкой и созданием новых почти не занимаются. Поэтому стартапы, благодаря своей мобильности в плане воплощения новых идей конкурируют с крупными компаниями.

Зарождением проекта принято считать момент возникновения бизнес-идеи до непосредственной работы над продуктом. Она должна быть востребованной,

необходимой для конкретного потребителя. Идея может быть оригинальной и новой, но пользы от нее будет минимум. Следовательно, важно внимательно изучить технические новинки, недавно созданные фирмы, а также ознакомиться с патентованием. Если же идея заключается в сфере услуг, новшество может заключаться в системе предложения, в способе оказания данного вида услуги или в подаче и позиционировании. Далее необходимо более критично осмыслить идею, оптимизировать технологические и экономические пути реализации, а также найти способы убеждения для подачи идеи. Когда предприниматель начинает собственный стартап-проект, половину своего времени он проводит, объясняя потенциальным клиентам и возможным инвесторам, чем собирается заниматься. Если же он не может в десяти словах объяснить суть проекта, шансы на успех невелики. Если идея отшлифована, ее можно изложить за две минуты. Практически под любую отшлифованную идею найти инвестора просто. А под любую неотшлифованную – практически нереально [2, с. 67].

Создание бизнеса неразрывно связано с рисками. На начальном этапе развития проекта возникает ряд вопросов, которые определяют, как будет развиваться бизнес, а именно: кто является клиентами, где их найти, какие у них потребности, почему и как они совершают покупки. Так, например, плохо отработанной идеи можно наблюдать в американском стартап-проекте Feastly. В классическом ресторане цена ингредиентов в стоимости блюда составляет не больше 30 %. Остальное уходит на аренду помещения, зарплату сотрудников и те продукты, что выбрасываются на помойку – они же портятся, а точно предсказать спрос невозможно. Идея же Feastly заключалась в предложении потребителю заказать высокую кухню без этих наценок напрямую от шеф-поваров. Шеф сам организует все мероприятие, находит место, изобретает меню, определяет цену. Гость на сайте выбирает, куда хочет сходить, платит и в назначенный день приходит насладиться гастрономическими изысками. Средний ужин из шести блюд составляет 80 долл. США. Стартап утверждает, что еда вкуснее, чем в других местах за тот же бюджет – меньше денег достается владельцам здания и рестораторам, больше уходит на продукты и работу шеф-повара. Из-за недоработки идеи и отсутствия первоначального тестирования проект не стал успешным.

Другой стартап LevelUp предлагает пользователю киоск предзаказа как в McDonalds, только через приложение. Так, человек спускается на обед, в лифте вводит заказ в ближайшем кафе, и к тому моменту, как он подойдет, еда на вынос уже будет его ждать. Пользователю не надо терять время, ресторану не надо платить кассиру, стартап собирает свои 69 долл. США в месяц за подписку. Одна эта функция и подписка на неё – это уже большой бизнес, LevelUp говорит о 300 тысячах подключенных точек. Успех данного стартапа заключается в новаторской идеи и легком использовании для пользователя.

Создание стартапа также основывается на традиционных подходах, план действий которых состоит из: написания бизнес-плана, передачи его инвесторам, сбора команды, презентации продукта и последующей его продажи. Следовательно, основатель стартапа, должен создать бизнес-план, который статически описывает возможности, проблемы, а также предлагаемое решение. Как правило, классический бизнес-план включает пятилетний прогноз доходов, прибыли и денежного потока. Бизнес-план – это, по сути, исследовательское упражнение, написанное изолированно от реальности перед тем, как предприниматель приступил к созданию продукта [3, с. 114].

В настоящее время существует большое количество стартап-компаний, которые прекращают свою деятельность практически на самом начальном этапе построения бизнеса. Клиенты – важный источник конкурентоспособности, эффективная работа с которым позволяет создать успешный продукт на рынке. Без клиентов, желающих купить этот продукт, не имеет значения насколько продукт хороший, инновационный, привлекательный по цене, без рынка сбыта его ждет поражение. Несмотря на это,

многие компании, в частности стартапы, тратят большую часть времени и усилий на оптимизацию процесса лишь по разработке продукта. По статистике в мире в среднем в первый год работы «погибает» не более 20 % всех стартапов. При этом спустя 5 лет после запуска остаются «живы» в среднем 39 % стартапов.

Список использованной литературы

- 1 Бланк, С. Стартап: Настольная книга основателя / С. Бланк, Б. Дорф; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2013.
- 2 Попов, Е.В. О жизненном цикле внутренней среды организации / Е.В. Попов, Н.В. Хмелькова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – №1. – С. 63-59.
- 3 Шейн, Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – СПб.: Питер, 2011. – 336 с.

В. Н. ДЕМОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Бабына,**

канд. экон. наук, доц.

ПЛАНИРОВАНИЕ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА РАБОЧИХ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ (НА ПРИМЕРЕ КСУП «КРАСНОБЕРЕЖСКИЙ»)

Планирование роста производительности труда занимает центральное место во всей системе планирования на предприятии, так как обеспечивает рост и совершенствование всего производства, снижение себестоимости продукции, и в конечном счете рост прибыли предприятия [1, с. 215]. В процессе управления производительностью труда в КСУП «Краснобережский» участвуют директор и заместитель директора по производству, главные специалисты (главный экономист, главный агроном, главный инженер, главный зоотехник, главный ветврач). В таблице 1 представлены функции, выполняемые работниками организации, в сфере управления производительностью труда.

Таблица 1 – Функции специалистов по управлению производительностью труда в КСУП «Краснобережский»

Специалист 1	Функции 2
Главный экономист	Составляет перспективные и текущие планы производства в соответствии с установленными заданиями, сроками их представления. Разрабатывает ежемесячные плановые задания по производительности труда. Составляет производственную программу предприятия. Проводит анализ хозяйственной деятельности предприятия. Систематически учитывает и контролирует выполнение планов по технико-экономическим показателям и представляет данные о % выполнении плана руководству предприятия. Анализирует выполнение всех технико-экономических показателей за месяц, квартал, год. Осуществляет контроль за нормами расхода вспомогательных материалов предприятия. Разрабатывает и внедряет рациональную документацию для планирования.
Главный агроном	Участвует в составлении перспективных и текущих планов производства в соответствии с установленными заданиями, сроками их представления. Участвует в разработке ежемесячных плановых заданий по производительности труда. Участвует в составлении производственной программы предприятия. Контролирует выполнение планов по технико-экономическим показателям. Контролирует расход вспомогательных материалов предприятия.
Главный инженер	Участвует в составлении перспективных и текущих планов производства в соответствии с установленными заданиями, сроками их представления. Участвует в разработке ежемесячных плановых заданий по производительности труда и производственной программы. Участвует в составлении производственной программы предприятия. Контролирует выполнение планов по технико-экономическим показателям.

Окончание таблицы 1

1	2
	Контролирует расход вспомогательных материалов предприятия.
Главный зоотехник	Участвует в составлении перспективных и текущих планов производства в соответствии с установленными заданиями, сроками их представления. Участвует в разработке ежемесячных плановых заданий по производительности труда. Участвует в составлении производственной программы предприятия. Контролирует выполнение планов по технико-экономическим показателям. Контролирует расход вспомогательных материалов предприятия.
Главный ветврач	Участвует в составлении перспективных и текущих планов производства в соответствии с установленными заданиями, сроками их представления. Участвует в разработке ежемесячных плановых заданий по производительности труда. Участвует в составлении производственной программы предприятия. Контролирует выполнение планов по технико-экономическим показателям. Контролирует расход вспомогательных материалов предприятия.

Разработкой всех видов планов занимается главный экономист совместно с главными специалистами (главный агроном, главный ветврач, главный зоотехник). В конце каждого года составляется производственная программа, которая содержит плановые показатели деятельности на следующий год. За основу берутся фактические данные по предприятию помесячно, затем с помощью укрупненных методов планируют данные показатели. Анализ ситуации в КСУП «Краснобережский» выявил резервы роста производительности труда рабочих: использование возможностей увеличения объема производства продукции; сокращение затрат труда на производство продукции за счет механизации и автоматизации производства; сокращение потерь рабочего времени.

Учитывая имеющиеся резервы, нами разработан план по повышению производительности труда рабочих КСУП «Краснобережский» на 2019 год, в основу которого положено повышение научно-технического уровня производства за счет обновления парка оборудования (замена зерносушильного комплекса в рамках господдержки, приобретение энергонасыщенного трактора в лизинг) и снижения технологической трудоёмкости и совершенствование организации труда рабочих на основе снижения потерь рабочего времени путем замены отпуска без сохранения заработной платы по семейно-бытовым и другим уважительным причинам, предоставляемого по договоренности между работником и нанимателем, на трудовой отпуск или выходной с отработкой в другое вне рабочее время. В таблице 2 приведен план повышения производительности труда рабочих КСУП «Краснобережский» на 2019 год с учетом его результативности, сроков проведения и ответственных.

Таблица 2 – План повышения производительности труда рабочих по КСУП «Краснобережский» на 2019 год

Мероприятия по увеличению роста производительности труда	План на текущий год		Сроки проведения мероприятий	Ответственный исполнитель (Ф.И.О., должность, подпись)
	изменение численности, чел.	прирост производительности (выработки), %		
1 Повышение научно-технического уровня: -замена оборудования (замена зерносушильного комплекса в рамках господдержки); -приобретение энергонасыщенной техники (приобретение в лизинг трактора)	- 2	500	2019-2020 гг.	Заместитель директора, главный агроном
	-	50	2019 г.	Главный инженер
2 Совершенствование организации производства, труда и управления: -сокращение потерь времени	-	1,3	2019 г.	Экономист по оплате труда

Исходя из данных мероприятий и планов по производству рассчитаем планируемое увеличение объема производства в сопоставимых ценах на 2019 год в таблице 3.

Таблица 3 – Планируемое увеличение объема производства в сопоставимых ценах на 2019 год по КСУП «Краснобережский»

Вид продукции	2017 год факт, т	2019 год план, т	Отклонение, (+/-)	Сопоставимая цена за 1 т, руб.	Увеличение объема производства в сопоставимых ценах, тыс. руб.
Зерно	6 256	7 201	945	228,75	216
Молоко	4 590	4 720	130	557,81	73
Привес	215	316,4	101,4	2 021,82	205
Итого	–	–	–	–	494

Планируемое увеличение объема производства данных видов продукции в сопоставимых ценах на 2019 год составит 494 тыс. руб., тогда планируемый объем производства в сопоставимых ценах по всей организации составит 5 633 тыс. руб. Исходя из предлагаемых мероприятий, численность рабочих сократится на 2 человека и составит 141 чел., тогда производительность труда рабочих в 2019 году составит 40,0 (5633 / 141) тыс. руб., что на 4,1 тыс. руб. (11,1 %) больше, чем в 2107 году.

Список использованной литературы

1 Шепеленко, Г.И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии: учеб. пособие / Г.И. Шепеленко; под ред. Г.И. Шепеленко. – М.: Феникс, 2010. – 346 с.

К. Н. ЕВТУШЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. П. Геврасёва,**

канд. экон. наук, доц.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ

Под государственной кадровой политикой понимается деятельность республиканских и местных органов управления по созданию целостной системы формирования и эффективного использования трудовых ресурсов; развитию кадрового потенциала органов государственного управления и самоуправления, различных отраслей экономики и сфер деятельности, ориентированного на эффективное решение актуальных экономических, социальных и политических задач [1].

Неотъемлемой частью эффективно функционирующей государственной кадровой политики в развитых странах мира является тщательно продуманная политика управления человеческими ресурсами, то есть кадрами организации. Под кадрами понимается постоянный состав работников, состоящих в трудовых отношениях с органами государственного управления, предприятиями и организациями [1]. Кадры осуществляют основные функции организации, олицетворяют ее.

Зарубежные специалисты к основным целям кадровой политики относят: использование кадров на должностях, соответствующих их квалификации; тщательный отбор кандидатов на различные виды профессиональной деятельности; найм высококвалифицированных кадров, а также реализацию постоянного их образования; стимулирование высокопродуктивной деятельности служащих в процессе выполнения служебных функций; обеспечение равенства шансов при продвижении по службе независимо от социального положения работников.

В настоящее время существует три наиболее эффективно функционирующие системы государственной кадровой политики. К таким системам относятся:

а) американская (основными являются индивидуальные отношения). Анализируя государственную кадровую политику США, следует отметить, что вопросами данной сферы занимаются президент страны, специальные структурные подразделения (Федеральное управление кадров и Совет высших руководителей), а также министры и кадровые службы министерств [2];

б) японская (основа – общественные интересы). Эффективное функционирование кадровой политики в Японии является одним из ключевых факторов социально-экономического развития страны. В японской кадровой политике можно выделить три основных аспекта. Первый аспект – это «тотальная вовлеченность», имеется в виду колоссальная престижность процесса труда в глазах работников. Второй аспект – доверие. Работники убеждены, что любой вклад, жертвы, принесенные ими для компании, рано или поздно окажутся полезными. Последний аспект – эмоциональная близость. Данный аспект предполагает развитие приверженности организации у работника, создание наиболее комфортных условий для коллектива работников, обеспечение равенства работников с руководством [2];

в) западноевропейская (смешанная, так как в ней соединены черты двух других систем). Особенности данной системы являются:

1) руководители выдвигаются из числа тех, кто после окончания университета начал свою карьеру в местных органах управления;

2) для занятия некоторых должностей достаточно университетского диплома, но после назначения на должность чиновник должен пройти определенную профессиональную подготовку;

3) в местные органы управления большинство служащих низшего звена попадает непосредственно после окончания средней школы, но уже с самого начала работы они проходят подготовку, ориентированную на практическую деятельность (делопроизводство, бухгалтерия и т. д.) [3].

В странах с данной системой 10 % кадров органов местного управления ежегодно проходят подготовку, переподготовку, а также повышают свою квалификацию.

Можно отметить, что на сегодняшний день развитие зарубежного опыта государственной кадровой политики имеет следующие тенденции: постоянное изменение требований, предъявляемым к государственным служащим (ужесточение требований); демократизация управления, делегирование руководителями некоторых своих обязанностей нижестоящим работникам.

Направления и мероприятия по адаптации зарубежного опыта государственной кадровой политики в деятельности местных органов исполнительной власти Республики Беларусь представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Направления и мероприятия по адаптации зарубежного опыта государственной кадровой политики

Система государственной кадровой политики	Направление адаптации	Мероприятия по адаптации
1	2	3
Американская	<ul style="list-style-type: none"> – Гласность органов местного управления; – применение «запрещенной кадровой политики»; – использование системы заслуг 	<ul style="list-style-type: none"> – Публикация перечня вакантных должностей органов местного управления в СМИ для того, чтобы каждый человек, соответствующий некоторым требованиям, мог пройти конкурс на данную должность; – установление более строгих требований к руководителям органов государственного управления по отношению к работникам данных органов (запрещение дискриминации работников, справедливая система оплаты труда, запрещение продвижения на должности «по благу» и так далее);

Окончание таблицы 1

1	2	3
		– применение такой системы должно осуществляться в отношении работников, постоянно предлагающих какие-либо новые идеи, успешно проходящих аттестационные экзамены, регулярно проходящих программы повышения квалификации
Западноевропейская	Постоянное повышение квалификации работников	– Осуществление подготовки кадров следующими способами: непосредственно республиканскими органами; органы местного управления активно участвуют в системе этой подготовки. Такой вариант осуществления подготовки кадров служит гарантией самостоятельности местных органов и в то же время позволяет тем из них, которые находятся в трудном материальном положении, воспользоваться помощью республиканских органов. При этом управление процессом подготовки кадров остается в руках местных органов управления
Японская	Ликвидация тенденции старения государственных служащих	– Поиск и резервирование потенциальных перспективных государственных служащих еще на стадии обучения в вузах. Это позволит отслеживать процесс трудоустройства выпускников вузов, впервые приходящих на рынок труда, на должности в органах государственного управления, что отвечает программе занятости молодежи

Таким образом, в ряде зарубежных стран с развитой экономикой в настоящее время разработаны особые модели и концепции реформирования государственной кадровой политики. На основе таких концепций проводится работа по повышению эффективности функционирования государственной службы. Именно поэтому изучение зарубежного опыта играет немаловажную роль в совершенствовании собственной государственной кадровой политики и совершенствовании работы с кадрами в органах местного управления.

Для адаптации зарубежного опыта государственной кадровой политики в деятельности органов местного управления необходимо грамотное его применение и использование методов, которые будут соответствовать особенностям развития Республики Беларусь.

Список использованной литературы

- 1 Концепция государственной кадровой политики Республики Беларусь: утв. Указом Президента Респуб. Беларусь от 18 июля 2001 г. № 399 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2001. – № 68.
- 2 Вечер, Л.С. Государственная кадровая политика и государственная служба: учеб. пособие / Л.С. Вечер. – Минск: Выш. шк., 2013. – 352 с.
- 3 Пархимчик, Е.П. Кадровая политика организации: учеб. пособие / Е. П. Пархимчик. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2011. – 128 с.

Т. Н. ИВАНЬКОВА, Д. В. МОРОЗОВА
(г. Могилёв, Белорусско-Российский университет)
Науч. рук. **Т. М. Лобанова**

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОРТФЕЛЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Повышение экономической эффективности деятельности агропромышленного комплекса, качества и конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и продуктов питания осуществляется в рамках Государственной программы развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы. По результатам ее осуществления наблюдается рост экспорта продукции агропромышленного комплекса

в натуральном выражении, а также рост валютной выручки.

Несмотря на это, для развития агропромышленного комплекса необходимо прибегнуть к финансированию со стороны иностранных инвесторов.

Сельское хозяйство – одна из самых дотируемых государством и инвесторами отраслей, средства которых направляются на поддержку предприятий и их переоснащение. Было предложено к реализации ряд инвестиционных проектов, направленных на модернизацию сельскохозяйственных и животноводческих комплексов. В качестве объектов для формирования инвестиционного портфеля были отобраны проекты, касающиеся развития агропромышленного комплекса [1, 2].

Предложенные проекты оценивались экспертами, в результате оценок которых была определена условная эффективность и риски данных проектов.

Эксперты, которыми выступали специалисты агропромышленных комплексов и специалисты сельскохозяйственной деятельности, оценивали проекты по следующим критериям:

- общая сумма капиталовложений;
- доля вклада инвестора;
- срок окупаемости проекта;
- зависимость от факторов микро- и макросреды;
- возможный уровень потерь.

Таким образом, была получена оценка условной эффективности проекта, которая определялась как средняя оценка экспертов проекта, и риска проекта, которая определялась как вариация баллов, выставляемых экспертами каждому проекту (таблица 1).

Таблица 1 – Экспертная оценка рисков и эффективности проектов

Номер проекта	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Условная эффективность	4,5	7,3	6,9	6,1	6,8	6,8	4	6,8	5,2	5,7
Уровень риска (коэффициент вариации)	0,38	0,20	0,17	0,35	0,23	0,23	0,46	0,32	0,48	0,39

Проблема формирования оптимального портфеля проектов – это многокритериальная оптимизационная задача. С одной стороны, требуется максимизировать доходность портфеля, с другой – минимизировать риски.

Для приведения многокритериальной задачи к однокритериальной был сформирован новый параметр совокупной эффективности как мультипликативная свертка вариации и условной эффективности [3]. В модели присутствовало только одно ограничение – бюджет портфеля. На основе анализа данных по инвестированию в сельскохозяйственную сферу за прошлые годы определили ограничение бюджет денежных средств для капиталовложений в размере 40 млн. долл. США. Решением задачи выступа вектор бинарных переменных $\{x_j\}$. Если $x_j = 0$, то проект отклоняется и лучше воздержаться от инвестирования в данный проект, если $x_j = 1$ то это означает, что проект войдет в портфель и вложение денежных средств в него целесообразно.

Однако такой метод формирования портфеля не учитывает сумму инвестиций на тот или иной проект. Другими словами, не учитывается отдача на каждый вложенный рубль инвестиций. Дорогостоящие и мелкие проекты рассматриваются как равнозначные, что не совсем корректно. Для устранения этого недостатка предлагается в целевую функцию ввести показатель удельного веса инвестиций на конкретный проект в общей сумме инвестиций по всем проектам.

При формировании портфеля проектов без учёта их масштаба в качестве целевой функции выступал суммарный условный эффект от портфеля. В данном случае

предпочтение было отдано большему количеству более мелких проектов.

При учёте масштабов проекта в целевую функцию была введена доля затрат на каждый проект. В итоге в портфель вошло меньшее количество более крупных проектов. Сравнение параметров портфелей проектов, сформированных по двум вариантам (с учётом суммы инвестиций и без учёта), приведено в таблице 2.

Таблица 2 – Параметры инвестиционных портфелей с учётом и без учёта масштабов проекта

Показатели	Без учёта масштаба (объёма)	С учётом масштаба (объёма)
Количество проектов в портфеле	7	6
Совокупный условный эффект портфеля:		
– сумма	44,2	40,7
– средневзвешенное значение	6,227	6,572
Риск портфеля (коэффициент вариации)	0,278	0,272
Инвестиции, долл. США	36 065 800	38 450 000
В среднем на один проект, долл. США	5 152 257	6 408 333

Выбор того или иного варианта формирования портфеля зависит от многих факторов: целей инвестора, инвестиционной политики, склонности к риску, возможности управлять тем или иным проектом.

Список использованной литературы

- 1 Инвестиционные проекты в Беларуси [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://finland.mfa.gov.by>. – Дата доступа: 03.01.2019.
- 2 База инвестиционных предложений [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://investinbelarus.by>. – Дата доступа: 03.01.2019.
- 3 Аньшин, В.М. Модели управления портфелем проектов в условиях неопределенности // В.М. Аньшин [и др.] – М.: Издательский центр МАТИ, 2007. – 117 с.

Я. С. КАМКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Бабына,**

канд. экон. наук, доц.

КООПЕРАЦИЯ С МЕСТНЫМИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Главной особенностью работы промышленных предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции является их непосредственная и сильная зависимость от исходного сырья, его ассортимента и качества. Проведенные в последние годы масштабные преобразования и модернизация в перерабатывающей отрасли АПК Республики Беларусь потребовали изменений и в осуществлении в ней новых организационных и экономических подходов, в том числе в формировании сырьевых зон промышленных предприятий на основе их интеграции с сельскохозяйственными производителями [1]. Изученный опыт отечественных и зарубежных организаций по созданию собственных сырьевых зон показал, что он не универсален, так как для каждого предприятия необходим индивидуальный подход в зависимости от географического расположения предприятия, формы собственности и степени государственного воздействия. Для некоторых предприятий это является благоприятным фактором, а для некоторых, – наоборот.

Успешность создания интеграционных образований в АПК будет зависеть от тех задач, которые будут определены участниками интеграции. Основные задачи интеграции должны сводиться к следующим: (1) объединить усилия субъектов хозяйствования на выполнение установленных функций, осуществить концентрацию средств на приоритетных направлениях производства, переработки и сбыта продукции; (2) рационально и эффективно использовать земельные, трудовые и материально-технические ресурсы за счет оптимизации их расхода в единой технологической цепи; (3) расширить возможности внедрения достижений научно-технического прогресса, передовых технологий в сельском хозяйстве и перерабатывающих отраслях, применения высокопроизводительной техники, высококвалифицированного труда; (4) мотивировать использование передовых методов организации производства, стимулирования труда; (5) повысить эффективность использования производственного потенциала сельского хозяйства; (6) расширить возможности внедрения достижений научно-технического прогресса, передовых технологий в сельском хозяйстве и перерабатывающих отраслях, применения высокопроизводительной техники, высококвалифицированного труда; (7) мотивировать использование передовых методов организации производства, стимулирования труда; (8) повысить эффективность использования производственного потенциала сельского хозяйства; (9) расширить возможности приобретения материально-технических ресурсов, переработки и сбыта произведенной продукции; (10) обеспечить создание благоприятных производственных и социальных условий для работников, усиление заинтересованности в производительном труде и повышение качества жизни; (11) повысить эффективность использования производственной и социальной инфраструктуры; (12) обеспечить взаимный интерес участников в получении общего максимального конечного результата в технологической цепи «производство – сбыт» [2, с. 69-70].

Рассмотрим возможность объединения предприятия ОАО «Ельский консервный завод» с одной из местных сельскохозяйственных организаций. ОАО «Ельский консервный завод» – это предприятие, занимающееся переработкой плодоовощного сырья и производством соков и плодоовощных консервов. В последние годы на предприятии сложилась ситуация, когда расходы превышают доходы, т.е. предприятие работает с убытками и остро стоит проблема, связанная с отсутствием сырья, подлежащего дальнейшей переработке. Именно поэтому рассматривается возможность объединения местного сельскохозяйственного предприятия с ОАО «Ельский консервный завод» для достижения наибольшего эффекта от максимальной загрузки производственной мощности и использования иных имеющихся ресурсов (трудовых и т.д.). Выбор местных сельхозорганизаций обусловлен месторасположением, что обеспечит доступность сырья и низкие транспортные расходы на доставку. В данном регионе располагаются следующие сельскохозяйственные организации: КСУП «Ельское Полесье», КСУП «Добринь», КСУП «Совхоз «Коммунист», КСУП «Ельск», КСУП «Скороднянский» [3].

Все предприятия занимаются не только растениеводством, но и животноводством, что позволит предприятию ОАО «Ельский консервный завод», в случае объединения, диверсифицировать свою деятельность. В соответствии с имеющейся информацией о неплатежеспособности сельскохозяйственных организаций Гомельской области Ельского района КСУП «Ельское Полесье», КСУП «Совхоз «Коммунист», КСУП «Добринь» подлежат досудебному оздоровлению в рамках Указа Президента Республики Беларусь от 04.07.2016 г. № 253 «О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных организаций» [4]. Следовательно, в качестве объектов интеграции рекомендуется рассматривать КСУП «Ельск» и КСУП «Скороднянский». Исходя из анализа финансового состояния предприятий, наименьшую задолженность имеет КСУП «Ельск». Среди всех имеющихся, данное предприятие расположено ближе к ОАО «Ельский консервный завод». Именно этими критериями обусловлен выбор КСУП «Ельск» как предприятия,

с которым рекомендуется объединение ОАО «Ельский консервный завод». Также известно, что КСУП «Ельск» является на протяжении многих лет одним из основных поставщиков для ОАО «Ельский консервный завод».

Государство поддерживает такие формы интеграции в АПК и создает для этого определенные стимулы. Так, например, существует специальный налоговый режим в сельском хозяйстве – уплата единого сельскохозяйственного налога, который заменяет уплату налогов, сборов (пошлин), а также уплату арендной платы за землю (при соблюдении доли выручки от реализации сельхозпродукции не менее 50 процентов от общей выручки). Ставка единого налога установлена в размере 1 процента, но при несоответствии за календарный год процентной доли в размере 50 % исчисление единого налога производится по ставке 3 процента [5]. Переход на специальный налоговый режим позволит, как минимум снизить налоговую нагрузку ОАО «Ельский консервный завод» и направить сэкономленные средства на развитие предприятия.

Список использованной литературы

1 О реорганизации колхозов (сельскохозяйственных производственных кооперативов): Указ Президента Респуб. Беларусь от 17 июля 2014 г. №349 [Электронный ресурс] // Информационно-правовая онлайн-система Республики Беларусь «Нормативка.Бай». – 2019. – Режим доступа: <https://normativka.by/lib/document/500193862>. – Дата доступа: 10.01.2019.

2 Экономика организаций и отраслей агропромышленного комплекса / В. Г. Гусаков [и др.]; под общ. ред. акад. В. Г. Гусакова. – В 2 кн. – Кн. 2. – Минск: Беларус. наука, 2007.

3 Сельскохозяйственные предприятия (организации) Гомельской области Ельского района: Мин-во сельск. хоз-ва и продов. Респуб. Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: http://agro.gomel.by/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=37. – Дата доступа: 10.01.2019.

4 О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных организаций: Указ Президента Респуб. Беларусь от 04.07.2016 г. № 253 [Электронный ресурс] // Мин-во сельск. хоз-ва и продов. Респуб. Беларусь. – 2019. – Режим доступа: <http://www.mshp.gov.by/information/ozdoravlenie/d654963d9a805b99.html>. – Дата доступа: 15.01.2019.

5 Налоговый кодекс Республики Беларусь 29 декабря 2009 г. № 71-3 [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=НК0900071>. – Дата доступа: 15.01.2019.

К. А. КОВАЛЁВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. Е. Корнеев**

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Рекламная деятельность – залог успеха организации. Ключевой момент, от которого зависят: сбыт, спрос, потребительское предпочтение. Поэтому предприятие должно очень серьезно подходить к проблемам и организации рекламной деятельности, если это необходимо.

Рекламную деятельность ООО «Шарм Премьер» можно определить как незначительную в общем объеме рекламной деятельности других игроков рынка молодежной одежды. Для продвижения одежды торговой марки «Твое» необходимо совершенствовать рекламную деятельность, а именно разработать рекламную компанию, целями которой станут:

- формирование осведомленности о торговой марке «Твое»;
- формирование положительного отношения к продукции торговой марки «Твое»;
- привлечение новых клиентов;
- расширение числа постоянных покупателей;

– удержание постоянных клиентов от перехода к конкурентам.

Совершенствование рекламной деятельности предприятия целесообразно направлять не на снижение расходов или охват широкой целевой аудитории, а на поиск лояльных постоянных клиентов.

Для этого следует проводить детальные исследования рынка и опросы потребителей. Таким образом, легче адаптировать рекламную кампанию под полученные данные. Необходим оперативный контроль над проводимыми мероприятиями, ситуативный подход к внедрению новых рекламных технологий.

Методы совершенствования рекламной деятельности предприятия могут быть направлены:

- на разработку имиджа нового товара;
- на преобразование имиджа давно существующей продукции на рынке;
- на побуждение пользоваться товаром, на покупку в периоды падения спроса;
- на повышение заинтересованности среди новых покупателей [1].

Для ООО «Шарм Премьер» можно предложить несколько мероприятий и предложений по улучшению рекламной кампании торговой марки «Твое»:

– интернет-реклама. Необходимо доработать страницы каждого магазина в социальной сети «ВКонтакте», увеличить число подписчиков, чтобы новости охватывали большее число пользователей. Было бы актуально создать группу в социальной сети «Инстаграмм». И рекламировать свои товары с помощью «таргетированной рекламы» (официальный способ продвижения в любой социальной сети, работающий по принципу точечной настройки аудитории для возможного взаимодействия: возраст, родной язык, географическое положение, пол);

– создание рекламы на баннерах, на щитах, на остановках и в автобусах. Прохожие и пассажиры в ожидании транспорта рассматривали бы и знакомились бы с акциями и распродажами магазина «Твое»;

– для увеличения числа постоянных покупателей возможно создание дисконтных карт со скидкой или накоплением;

– для увеличения прибыли необходимо поработать с самим товаром: производство больше одежды больших размеров, по товарам «джинсы» и «брюки» создание большей длины для высоких людей, а также производство более теплой одежды для холодной зимы. Также возможно внедрение в производство других волокон: шерсти, шёлка, натуральной кожи. Актуально начать производство одежды и аксессуаров для новорожденных и детей до 3-х лет;

– звуковая реклама очень эффективна. Она информирует покупателей об акциях, скидках, в магазинах «Твое» консультанты постоянно информируют покупателей о действующих акциях и скидках, но при большом потоке покупателей продавцы не успевают подойти и рассказать важную информацию каждому потенциальному покупателю. Звуковая реклама не так затратна и может создаваться собственными силами организации;

– наружная реклама должна быть более яркой, информация об акциях должна быть описана более коротко и ясно;

– возможно проведение показа мод в торговом центре или других местах с новыми, самыми яркими и актуальными моделями одежды.

Эффективность рекламной кампании разделяется на:

- экономическую – рост объема продаж;
- коммуникативную – повышение узнаваемости бренда на современном рынке.

Кроме краткосрочного эффекта рекламы на объем продаж существует и долгосрочный эффект. Долгосрочный эффект отражает рост «базы», то есть уровня продаж, который был бы характерен для данного бренда при отсутствии собственной и конкурентной маркетинговой активности, а также при среднем уровне дистрибуции и цен.

Краткосрочный эффект отражает моментальный прирост продаж во время и сразу после рекламной кампании.

Всплеск продаж обычно возникает в результате того, что реклама заставляет новых пользователей впервые купить продукт или же напоминает о продукте редким пользователям. Однако часть из этих потребителей совершают лишь единовременную покупку под влиянием рекламной кампании – это и есть краткосрочный эффект. Долгосрочный эффект – это покупки тех потребителей, которые купив продукт из-за рекламы, в дальнейшем также продолжают потреблять данный бренд, то есть остаются приверженными ему еще какое-то время. Выделение долгосрочных эффектов в эконометрических моделях позволяет наиболее точно и правильно оценивать эффективность рекламных инвестиций и понимать их роль как в стимуляции продаж в краткосрочном периоде, так и в долгосрочном построении базы бренда

ООО «Шарм Премьер» необходимо увеличить рекламный бюджет, так как реклама – один из главных двигателей увеличения прибыли. Возможно, рекламу было бы полезно полностью изменить, для чего обратиться к профессиональным рекламным компаниям. На основе внедрения работы рекламных агентств в деятельность организации можно будет произвести анализ и сравнение уровня продаж, вследствие чего остановиться на том или ином выборе.

Список используемой литературы

- 1 Савина, И. Масштабы рекламы / И. Савина // Экономика и жизнь. – 2005. – № 23. – С. 15-18.
- 2 Сайт Cataloxy – Бесплатное рекламное пространство [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://brest.cataloxy-by.ru/firms/www.tvoe.ru.htm>. – Дата доступа: 12.01.2019.

А. С. КОНЦЕВАЯ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. П. Геврасёва,**

канд. экон. наук, доц.

РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальным вопросом решения экономических и экологических проблем является ресурсосбережение, которое, при верном решении, воздействует на рост конкурентоспособности за счет понижения издержек и снижения цены.

Ресурсосбережение охватывает не только факторы производства, а также продукцию, так как продукция одной отрасли потребляется другой, которые связаны друг с другом в процессе общественного разделения труда. Соблюдение ресурсосбережения является важной характеристикой качества техники и технологии. Техника считается ресурсосберегающей, если она требует меньше расхода ресурсов на эксплуатацию и изготовление.

Важное место среди комплекса проблем повышения устойчивости занимают вопросы эффективного управления потенциалом материальных ресурсов, включая ограничение образования и рациональное использование неминуемых отходов производства [1, с. 12-15].

Прежде всего, нужно провести четкую дифференциацию между понятиями «рациональное потребление» и «экономия».

Рациональное потребление обычно понимается как процесс осмысленного, общественно нужного употребления материалов. Этот процесс – явление непрерывного характера, связанное с развитием человеческой идеи и деятельности. Поэтому то, что

ещё вчера было оптимальным, сейчас может стать нерациональным в последствии научных достижений. Рациональное использование материальных ресурсов, снижая себестоимость продукции, является фактором роста рентабельности и прибыли.

Экономия материальных ресурсов – это экономическая категория, которая характеризуется понижением удельного расхода материальных ресурсов на единицу продукции в сравнении с базовым или текущим периодом, однако без понижения качества и технического уровня продукции.

Таким образом, рациональное потребление – понятие, описывающее процесс, а экономия материальных ресурсов – понятие, характеризующее тот или иной итог процесса рационализации материалоупотребления. Поэтому экономия материальных ресурсов – это количественное выражение результата рационализации их потребления [2, с. 37-40].

Опыт экономически развитых государств свидетельствует, что большая доля результатов в области рационального и экономного материалоупотребления достигается там, где ресурсосберегающая политика является одним из важнейших приоритетов деятельности страны.

В современных условиях кардинально изменились условия функционирования промышленных предприятий, что приводит к изменениям в экономическом содержании, принципах и методах ресурсосбережения. Разрабатывая политику ресурсосбережения, предприятие должно также определить факторы, оказывающие воздействие на эффективность применяемых методов и степень достижения целевых показателей предприятия.

Предприятие, разрабатывая политику ресурсосбережения, прежде всего, проводит анализ своей деятельности, включая:

- анализ объема, состава и структуры потребляемых материально-технических ресурсов;
- анализ динамики изменения величины ресурсопотребления во времени;
- этапы движения ресурсов в рамках производственной цепочки производства продукции;
- оценку степени учета и контроля за использованием ресурсов;
- уровень технико-технологической оснащенности производства и уровень морального и физического износа оборудования.

Целью мероприятий, направленных на ресурсосбережение, является интенсивный поиск возможных, реальных источников и резервов экономии, а также рационального использования материальных ресурсов, результатом которого должно быть увеличение эффективности их применения. За последние годы активно создаются прикладные экономические и инженерные дисциплины, составляющие комплексную основу теории и практики ресурсосбережения [3, с. 21-25].

Структурными подразделениями предприятия должно уделяться большое внимание сдерживанию темпов роста совокупных запасов, совершенствованию их структуры, повышению мобильности, ускорению оборачиваемости аккумулированных в запасах оборотных средств. Разработка и внедрение систем регулирования материальных потоков и запасов представляют собой сложную комплексную задачу всех органов управления сопряженными процессами снабжения, производственного потребления и сбыта.

Таким образом, действия направленные на увеличение эффективности материалоупотребления, важно принимать, непосредственно, в первичном звене – на предприятии. Более экономное и разумное использование материалов будет способствовать необходимому результату на уровне всей экономики [4, с. 62-64].

Необходимо отметить, что одним из факторов, обеспечивающих ресурсосбережение, являются инновации. Инновация – вложение средств в экономику,

обеспечивающее смену поколений техники и технологии; новая техника, технология, являющиеся результатом достижений научно-технического прогресса. Активная инновационная деятельность необходима предприятиям отрасли для обеспечения конкурентоспособности в долгосрочной перспективе. Но при этом необходимо учитывать, что отдельные виды инноваций по-разному влияют на ресурсосберегающую деятельность предприятия. Наибольшее влияние оказывают технологические и производственные инновации, которые направлены на создание и освоение новых видов продукции, применяемого сырья, технологий, модернизацию оборудования, расширение производственных мощностей, диверсификацию производства, совершенствование организации производства и труда. В наименьшей степени оказывают влияние социальные, маркетинговые и организационные инновации.

Следовательно, инновационное развитие на предприятии – это процесс закономерного изменения, перехода деятельности из одного состояния в другое, более совершенное; переход от старого качественного состояния предприятия к новому, от простого к сложному, от низшего к высшему, которое осуществляется за счет использования ресурсосберегающих технологий при организации и управлении его инновациями [5].

Таким образом, необходимость использования ресурсосберегающих технологий для обеспечения условий инновационного развития предприятия, прежде всего, диктуется требованиями конкурентоспособности и, вследствие этого, является объективной для свободной рыночной экономики. Коммерческая деятельность предприятия строится на учете и использовании в своих интересах рыночного механизма саморегулирования, в основе которого – конкуренция, а поэтому и ресурсосбережение составная часть этого механизма.

Список использованной литературы

- 1 Дашков, В.Н. Возобновляемые источники энергии в ресурсосберегающих технологиях АПК: моногр. / В. Н. Дашков. – Барановичи, 2009. –161 с.
- 2 Костромичева, Э. В. Повышение эффективности использования материальных ресурсов – стратегическое направление обеспечения качества экономического роста / Э. В. Костромичева, В. А. Кустиков, Е. В. Наумович // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2013. – № 7. – С. 32-42.
- 3 Мясникович, М. В. Макроэкономическая политика Республики Беларусь: теория и практика: курс лекций / М. В. Мясникович. – Минск: Акад. упр. при Президенте Респуб. Беларусь, 2012. –76 с.
- 4 Трич, Ю. А. Управление инновациями как основа стратегического развития предприятия / Ю. А. Трич // Проблемы управления хозяйствующими субъектами в информационном обществе: материалы Первого науч.-прак. семинара, Минск, 16 марта 2014 г. / редкол.: Г. В. Подгорный (гл. ред.) [и др.]. – Минск: Междунар. ун-т «МИТСО», 2014. – С. 60–69.
- 5 Ресурсосберегающая деятельность ОАО «Алеся» [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=559264>. Дата доступа: 21.01.2019.

В. А. КОСТЮЧЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. М. Шоломицкая**

УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Социально-экономическое развитие регионов является важнейшим условием обеспечения устойчивого развития, обеспечения национальной безопасности страны.

В Республике Беларусь ведется работа по реализации Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития на период до 2030 года, приоритетными направлениями которой выступают качественное воспроизводство человеческого

потенциала и эффективное его использование (целевой критерий – повышение индекса человеческого развития), ускоренное развитие высокотехнологичных производств и услуг (целевой критерий – повышение индекса экономики знаний), совершенствование институциональной среды и формирование благоприятной бизнес-среды, рост экспортного потенциала (предполагается достижение Беларусью 30-й позиции в рейтинге Всемирного банка «Doing Business»), экологизация производства и обеспечение экологической безопасности (критерии – рост доли белорусских товаров на мировом рынке и выход на положительное сальдо внешней торговли товарами и услугами) [1].

В современной литературе выделяют следующие парадигмы региона как объекта государственного управления: регион-квазигосударство, регион-квазикорпорация, регион-рынок, регион-социум [2]. Обращение к той или иной парадигме должно быть связано с изучением региона, проведением ряда исследований.

При оценке регионального развития можно использовать следующие показатели:

- валовый региональный продукт (ВРП) на одного занятого в экономике;
- показатели эффективности использования ресурсов региона;
- показатели производства по видам экономической деятельности;
- показатели качества жизни населения и др.

Региональное развитие представляет собой сложный и многомерный и процесс, основанный на системе вертикальных и горизонтальных связей. Каждая территория характеризуется рядом свойств: географическое положение, размеры, протяженность, типы ландшафта.

В практике управления региональным развитием выделяют следующие подходы:

- территориальный;
- исторический;
- комплексный;
- системный;
- проблемный;
- типологический.

Территориальный подход предполагает анализ территории на глобальном, региональном (субрегиональном), страновом, районном и локальном уровнях. Регионализация необходима для решения широкого спектра задач государственного управления.

Исторический подход предполагает взгляд на территориальные объекты как на пространственно-временную реальность, изучение этапов развития, закономерностей, тенденций, ряда факторов развития, включая социокультурные.

Комплексный подход основан на синтезе многих отраслей знаний, предмет исследований – взаимосвязи между окружающей средой и человеком, экономической и социальной сферами и др.

Системный подход предполагает рассмотрение объекта исследования в его целостности, задачи исследования – выявление закономерностей развития, закономерностей взаимодействия различных сторон (элементов) объекта. Под системой понимается совокупность элементов, которые находятся в определенных отношениях друг с другом и со средой. Воплощением системного подхода выступает системный анализ, включающий комплекс прикладных методик, процедур и способов.

Проблемный подход направлен на рассмотрение противоречий, затруднений, возникающих на пути движения к намеченным целям развития. При исследовании проблемы изучают ее структурные элементы, связи с рядом других явлений и процессов.

Типологический подход позволяет приблизиться к синтезу общего и особенного. Типологическое изучение может осуществляться как обобщение характерных свойств и признаков объектов изучаемого множества или основываться на детальном изучении объектов, отборе эталона по ведущим свойствам, последующем сравнении.

Следует отметить прикладную значимость смешанных форм использования перечисленных подходов – системно-институционального, территориально-проблемного и других подходов.

Таким образом, научно обоснованные подходы к исследованию территорий служат основой для выстраивания системы государственного управления региональным развитием, обоснованием парадигмы регионального управления.

Важными направлениями исследований и принятия управленческих решений выступают нахождение оптимального соотношения централизации и децентрализации в региональном управлении, достижение соответствия национальных интересов и интересов регионов, развитие организационно-управленческой культуры, снятие ограничений саморазвития регионов, определение вектора модернизации регионального социально-культурного пространства.

Список использованной литературы

1 Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года // Экономический бюллетень. – 2015. – № 4. – С. 6-98.

2 Гранберг, А.Г. Основы региональной экономики: учеб. для вузов / А.Г. Гранберг. – М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2006. – 495 с.

В. В. КУДРАВЕЦ

(г. Гомель, Гомельский государственный технический университет им. П. О. Сухого)

Науч. рук. **М. Н. Андриянчикова,**

канд. экон. наук, доц.

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГОМСЕЛЬМАШ»)

Современный маркетинг немыслим без цифровых платформ, ведь большинство информационных каналов на сегодняшний день так или иначе связаны с глобальной компьютерной сетью – с интернетом. Поскольку человечество стало активно использовать интернет-технологии для отдыха, работы и получения информации, то предприятиям пришлось последовать за своими потребителями в новую информационную среду. Именно поэтому интернет-маркетинг превратился в один из самых эффективных способов продвижения продукции [1].

Целью работы является на основании исследования сущности современных методов продвижения продукции с использованием интернет-ресурсов и анализа деятельности ОАО «Гомсельмаш», сформулировать комплекс предложений в сфере продвижения продукции предприятия. Актуальность проведенного анализа выражается в том, что ОАО «Гомсельмаш» является одним из крупнейших производителей сельскохозяйственной техники, а также важность изучения SMM выражается в постоянном повышении популярности данного метода продвижения [2, с. 236-239].

В ходе данной работы были тщательно проанализированы аккаунты ОАО «Гомсельмаш» в таких социальных сетях, как Вконтакте, Фейсбук и Инстаграм, официальный сайт и качество управления маркетинговой деятельностью на данном предприятии. Использовались методы сравнительного, вертикального и горизонтального анализа. Вследствие этого было выявлено, что наиболее эффективной формой рекламы для ОАО «Гомсельмаш» является участие в специализированных выставках и разнообразная интернет-реклама. Эффективность интернет-рекламы ОАО «Гомсельмаш» представлена на рисунке 1.

Исходя из рисунка 1 видно, что в 2016 году интернет-реклама была неэффективной, так как предприятие сработало с убытками. Но в 2017 году эффективность интернет-рекламы подтверждена прибылью от реализации в размере 21054 тыс. руб.



Рисунок 1 – Эффективность интернет-рекламы ОАО «Гомсельмаш» за 2015-2017 гг.

ОАО «Гомсельмаш» имеет свой сайт, на котором можно ознакомиться с продукцией предприятия, сервисной программой, узнать историю развития предприятия, проводимые акции, контактные данные и тд. При проведении анализа статистики сайта с помощью инструментов поисковых систем было выявлено, что количество просмотров больше чем количество посетителей, притом этот показатель варьируется не в одинаковой мере за 2017 год. Это все говорит о недостаточном проявлении интереса посетителей к данному виду продукции, поэтому для большего привлечения возможно расширить контент ссылок на сайт ОАО «Гомсельмаш».

Основными странами, посещающие сайт ОАО «Гомсельмаш» являются в основном Россия (33,3 %) и Беларусь (29,5 %), также они представляют собой основные рынки сбыта ОАО «Гомсельмаш». Но в настоящее время данное предприятие расширяет свои рынки, включая Казахстан и Украину, что является положительной тенденцией.

При анализе аккаунтов и страничек в таких социальных сетях ОАО «Гомсельмаш» как Вконтакте, Фейсбук и Инстаграм, были выявлены следующие проблемы:

- низкая активность администраторов вследствие отсутствия четкого определения обязанностей работников в рамках использования инструментов маркетинга в социальных сетях;
- отсутствие практики использования инструментов маркетинга социальных сетей в рамках продвижения группы, повышения уровня пользовательской активности и привлечения подписчиков;
- необходимость регулярности работы с социальными сетями;
- данные социальные сети имеют молодую аудиторию;
- малое количество записей в сети «Instagram»;

Чтобы исправить выявленные недостатки, можно предложить ОАО «Гомсельмаш» реализовать следующие мероприятия:

- увеличение объемов реализации путем использования инструментов таргетинга в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook»;
- увеличение объемов сбыта путем использования сервиса «Товары» социальной сети «ВКонтакте» [3, с.150-158];
- повышение эффективности использования маркетинговых инструментов социальных сетей путем введения должности специалиста по рекламе;
- продвижение сайта с целью выхода на внешние рынки для получения дополнительной выручки;

– баннерная реклама в Интернет с целью улучшения коммуникационной политики предприятия и получения выручки.

Все предложенные мероприятия имеют экономическое обоснование и поэтому могут быть рекомендуемы к реализации, т.к. они нацелены на совершенствование процесса продвижения продукции с использованием интернет-ресурсов ОАО «Гомсельмаш», а также на улучшение процесса управления и контроля маркетинга в данной сфере. Следует отметить, что данные проекты прогнозируют увеличение прибыли ОАО «Гомсельмаш», что является положительным эффектом как для самого предприятия, так и для экономики Республики Беларусь в целом.

Список использованной литературы

- 1 Горбунова, М. А. Всемирная паутина как инструмент маркетинговых коммуникаций в современных компаниях / М.А. Горбунова // Вопросы экономики и управления. – 2015. – № 2. – С. 68-70.
- 2 Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
- 3 Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях. / Д. Халилов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240 с.

Е. А. КУЖЕЛКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. В. Арашкевич,**

канд. экон. наук, доц.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Инновационная деятельность является единственной возможностью для субъекта, занимающегося малым бизнесом, повысить свой статус и создать более масштабную организацию. В настоящее время существует такая проблема, как ограниченность достаточно большого количества различных ресурсов, поэтому малый бизнес имеет интерес в области разработки и использования новых технологий, производства новых видов продуктов, доведения до стадии промышленного образца нововведений, которые на коммерческой основе передаются для использования крупным предприятиям.

Правительство Республики Беларусь уделяет особое внимание созданию эффективного механизма правового регулирования научно-технической и инновационной деятельности. В данном механизме важное место занимают правовые инструменты государственного стимулирования и поддержки научной и инновационной деятельности. За период с 2005 года и до настоящего момента в Республике Беларусь совершенствуется нормативно-правовая база, регулирующая малую инновационную предпринимательскую деятельность.

Президентом Республики Беларусь были утверждены и реализованы следующие программы инновационного развития:

– Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007-2010 годы (март, 2007);

– Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы (май, 2011);

В настоящее время реализуется Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы, которая была утверждена Президентом Республики Беларусь 9 февраля 2017 года. Целью данной программы является обеспечение качественного роста и конкурентоспособности национальной экономики с концентрацией ресурсов на формировании ее высокотехнологичных секторов,

базирующихся на производствах V и VI технологических укладов. Помимо данной программы есть и другие нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность малого инновационного предпринимательства [1].

Однако, несмотря на то, что государство старается уделять как можно больше внимания развитию малого инновационного бизнеса, в данной сфере все же присутствуют проблемы, препятствующие его развитию. К таким проблемам стоит отнести:

- действующую систему налогообложения;
- недостаточную разработанность законодательной базы, стимулирующей развитие непосредственно малого инновационного предпринимательства;
- низкое продвижение продуктов на внутреннем рынке в сравнении с импортными аналогами;
- слабую восприимчивость белорусского общества к инновационной продукции, довольно пренебрежительное отношение к отечественным разработкам;
- недостаток собственных средств у предприятий, занимающихся научными разработками;
- фактически полное отсутствие системы кредитования малых инновационных предприятий [2, с. 64-65].

Таким образом, для успешного развития экономики Республики Беларусь в сфере малого инновационного бизнеса необходимо предпринять некоторые меры для решения данных проблем.

В первую очередь изменения должны коснуться законодательной сферы и сферы финансирования, в частности, венчурного. Необходимо привлекать иностранные инвестиции и венчурный капитал, изменив налоговое обложение, упростив налоговую документацию. Важно сформировать эффективную инфраструктуру, усилив сотрудничество между хозяйствующими субъектами малого инновационного бизнеса и исследовательскими институтами, и в то же время активнее стимулировать деятельность данных субъектов путем тех же налоговых льгот и субсидий.

В экономике республики доминирующее положение занимают крупные предприятия численностью более тысячи человек, на долю которых приходится около двух третей всего объема промышленного производства. Наличие таких предприятий нужно рассматривать как ресурс для создания сотен более мелких, обслуживающих интересы промышленных гигантов, в частности, инновационных.

Также важно разработать меры, которые были бы направлены на повышение инновационной культуры белорусского общества и преодоление пренебрежительного отношения в стране к отечественным разработкам. В данном случае речь идет об инновационной направленности всей системы образования, то есть начинать закладывать основы инновационной культуры, воспитывать инновационную толерантность и восприимчивость необходимо с детского возраста, вводя новые методы обучения и воспитания у молодого поколения жителей страны. Также основы инновационной культуры в большей степени должны быть усвоены в вузовском и послевузовском образовании, и здесь необходимо тесное сотрудничество с теми, кто уже преуспел в данной области.

В итоге, решение этих и других проблем, несомненно, улучшит экономическое положение нашей страны.

Список использованной литературы

1 Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] / Мин-во сельск. хоз-ва и прод. Респуб. Беларусь. – 2019. – Режим доступа: <http://www.mshp.gov.by/programms/fdbac4b499a1dde8.html>. – Дата доступа: 23.01.2019.

2 Пакуш, Л. В. Проблемы экономики: сб. науч. трудов/ под ред. Л. В. Пакуш. – БГСХА, 2014. – 171 с.

Д. В. КУЗЬМИНА

(г. Барановичи, Барановичский государственный университет)

Науч. рук. **М. М. Хованская**

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Производственно-сбытовая деятельность является основой в работе любого предприятия. Производство и сбыт предприятий являются результатом разработки и установления целей и миссии, определения целевой аудитории и особенностей рынка, присутствия на нем конкурентов и особенностей ценообразования.

Основными отраслями промышленности в Республике Беларусь являются машиностроение, металлообработка, химическая и нефтехимическая отрасли, электроэнергетика, легкая промышленность.

Серийно в Беларуси в 2018 году изготавливались следующие виды продукции машиностроительной отрасли: трактора, комбайны, кормоуборочная техника и агрегаты, грузовые автомобили, карьерные самосвалы, автобусы, троллейбусы, строительная и дорожная техника. Производство зерноуборочных комбайнов в 2018 году возросло более чем на 22%, прицепов и полуприцепов – на 20 %, тракторов – на 5 % по сравнению с 2017 годом. В 2018 году более 60 % произведенной продукции было экспортировано. Например, только ОАО «Минский тракторный завод» экспортирует свою продукцию более чем в 120 стран мира. На мировом рынке доля продукции предприятия составляет 7 % [1].

Ведущие предприятия электронной промышленности в Беларуси, такие как: НПО «Интеграл», государственный концерн «Планер», ПО «Монолит», РУП «Пружанский завод радиодеталей» постоянно расширяют свою номенклатуру и совершенствуют уровень своей элементной базы. На предприятиях серийно изготавливают продукцию: интегральные микросхемы, полупроводниковые приборы, медицинскую технику и комплектующие, регуляторы напряжения и блоки управления для машиностроительной отрасли, оптико-механическое оборудование, терморезисторы и многое другое.

ОАО «Белорусский металлургический завод» выплавляет около 92 % стали по стране. ОАО «Речицкий метизный завод» является лидером по экспорту гвоздей в Европе, 70 % продукции экспортируется.

Концерн «Белнефтехим» выпускает более 92 % объема продукции в сфере химической промышленности. В его составе находится 83 предприятия. Продукция данной отрасли занимает 2 место в системе поставок. Экспортируется 70 % товаров в 80 стран мира. Важными экспортируемыми товарами являются: капролоктам, азотные и калийные удобрения, шины, пластмассовая тара, комплексные синтетические нити и т.д.

Лакокрасочная отрасль с центрами в Лиде, Минске, занимается производством высококачественных эмалей и лаков. На рынке стран СНГ доля продукции данных предприятий в 2018 году составила не менее 6 %. Фармацевтическая отрасль производит более 400 видов медицинских и лекарственных средств [1].

Несмотря на улучшение экономической ситуации в 2018 году в целом по стране, следует отметить высокую зависимость национальной экономики от внешних факторов. В качестве основных препятствий для развития экономики Беларуси и, в частности, экспортного потенциала промышленных предприятий следует отметить:

- сохранение (или появление новых) барьеров для экспорта белорусской продукции на рынках стран ЕАЭС;
- усиление конкуренции на традиционных рынках со стороны иностранных производителей;

- неблагоприятная ценовая структура на мировых рынках, снижающая эффективность белорусского экспорта;
- недостаточная эффективность технологической модернизации на отечественных предприятиях;
- низкая производительность труда;
- значительный размер выплат по внешнему долгу страны [2].

Устранение данных рисков возможно за счет освоения, успешного внедрения и наращивания высокотехнологичного производственного потенциала, способствующего производству наукоемкой конкурентоспособной продукции, имеющей экспортную ориентацию. Основным приоритетным направлением для национальной экономики и промышленной отрасли в ближайшие годы является улучшение качественной структуры экспорта за счет наращивания производства высокотехнологичных товаров и услуг.

В целях завоевания регионального лидерства в сфере экспорта IT-услуг принят Декрет №8 «О развитии цифровой экономики», направленный на содействие развитию IT-сектора, что будет способствовать дальнейшему ускорению темпов роста экспорта компьютерных услуг и развитию IT-технологий в промышленности. Декретом продлевается до 2049 года специальный правовой режим предприятий-резидентов Парка высоких технологий, предоставляются различные льготы в области налогообложения деятельности и продукции резидентов. Высокотехнологичная продукция, производимая в стране, может быть направлена на развитие компьютерных технологий, создание искусственного интеллекта, развитие оборонной промышленности, ракетостроения, нано технологий, в сфере авиации и освоения космоса.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности продукции реального сектора экономики, необходимо использовать возможности промышленного сотрудничества в рамках ЕАЭС посредством углубления производственной кооперации, разработки направлений по поддержке совместно произведенной продукции, в том числе в отношении допуска к государственным закупкам и программам субсидирования. Внедрение и использование современных высоких технологий в промышленности, реализация новаторских идей и проектов сможет способствовать в дальнейшем производству уникальной конкурентоспособной экспортно-ориентированной продукции, не имеющей аналогов на мировом рынке.

Список использованной литературы

- 1 Промышленность Беларуси [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://karatu.ru/promyshlennost-belorussii>. – Дата доступа: 25.01.2019.
- 2 Экономика Беларуси в 2018 году: возможности и подводные камни / Евразия Эксперт [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://eurasia.expert/ekonomika-belarusi-v-2018-godu-vozmozhnosti-i-podvodnye-kamni>. – Дата доступа: 26.01.2019.

Д. С. КУРОЧКИНА

(г. Минск, Институт бизнеса Белорусского государственного университета)

Науч. рук. **Ю. Ю. Королёв,**

канд. экон. наук, доц.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Эффективное управление оборотными активами является одним из важнейших звеньев финансового менеджмента предприятия. Это связано с тем, что состояние и эффективность их использования играют приоритетную роль в обеспечении

платежеспособности, высокого уровня рентабельности и достижения целевых финансовых результатов деятельности. Исследования специалистов в области финансового анализа подтверждают, что управление оборотными средствами предприятий на практике осуществляется бессистемно, в результате снижая качество управленческих решений, что определяет необходимость применения системного подхода как к процессу управления оборотными средствами, так и к самим предприятиям.

Систему управления оборотными активами можно охарактеризовать как сбалансированную и целенаправленную совокупность механизмов формирования, использования и контроля оборотных средств, направленных на обеспечение устойчивого и эффективного развития промышленного предприятия [1].

При разработке стратегии управления оборотными средствами проводят анализ состава, структуры и динамики оборотных средств, анализируют потребность предприятия в каждом виде активов и дают предварительную оценку эффективности имеющегося объема оборотных активов.

Наиболее часто на этапе оценки эффективности использования оборотных средств руководство компании выявляет проблемы, связанные со значительным превышением количества неликвидных запасов, сырья, материалов и готовой продукции на складах над реальными потребностями предприятия, а также суммой затрат на их хранение. Кроме того, особое внимание уделяется увеличению дебиторской задолженности до неприемлемого уровня, а также продолжительностью одного оборота активов.

Эффективным решением вышеупомянутых проблем на первом этапе является внедрение системы нормирования оборотных активов. На данном этапе необходимо создать рабочую группу, состоящую не только из специалистов финансово-экономических служб предприятия, но также стоит привлечь специалистов из отделов производства и снабжения. Далее стоит определить группы оборотных активов, нормирование которых является целесообразным. Так, например, очевидным является то, что сырье и материалы чаще всего будут подлежать нормированию на большинстве предприятий с массовым производством, а предприятию, которое изготавливает продукцию в одном экземпляре на заказ, нет необходимости в нормировании данной статьи оборотных средств.

Таким образом, нормированию подлежат те оборотные активы, которые имеют значительный удельный вес в их общей структуре, являются подконтрольными финансовым службам компании и участвуют в регулярных процессах и операциях предприятия. Стоит также отметить, что система нормативов предприятия во многом разрабатывается под влиянием различных факторов внешней и внутренней среды предприятия, а также в соответствии со спецификой его деятельности.

После создания положения о нормировании оборотных активов, в котором представлены установленные значения для каждой статьи оборотных средств, порядок их расчета и ответственные за исполнение данных нормативов, происходит тестирование данной системы с целью выявления недостатков и последующей его корректировки.

Особое значение руководство предприятий уделяет также работе с дебиторской задолженностью, что обусловлено ее значительной долей в общем объеме оборотных активов предприятия, следовательно, целью любой организации является ускорение ее оборачиваемости для повышения эффективности своей деятельности.

На первоначальном этапе создания системы необходимо регламентировать и задокументировать все процессы по работе с дебиторской задолженностью в организации. Сюда можно отнести порядок применения штрафных санкций и начисления пени должниками, систему скидок и порядок их предоставления клиентам, различные процедуры по работе с проблемной или просроченной задолженностью и т.п. [2]. При планировании и осуществлении работы с дебиторской задолженностью необходимо уделять должное внимание ее текущему состоянию, структуре, а также динамике ее

изменения – созданию системы отчетности, которая может включать соответствующий набор показателей о состоянии дебиторской задолженности, ее качественном составе и объеме, видам по сегментам рынка и т.д.

Еще одной составляющей системы управления может стать создание и регламентация системы материального стимулирования менеджеров, ответственных за работу с дебиторской задолженностью. Например, внедрение системы премирования в зависимости от условий отсрочки платежа [3].

Одним из важных элементов управления оборотными активами является создание системы обобщающих показателей эффективности их использования, которые позволят охватить все аспекты использования оборотных средств и провести углубленный анализ для принятия эффективных финансовых решений.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что эффективность использования оборотных активов находится в прямой зависимости от организации и успешного внедрения комплексной системы управления ими. Оборотные активы как неотъемлемая часть всех средств, задействованных в процессе производства и реализации продукции, вносят свой значительный вклад в формирование экономического результата.

Список использованной литературы

1 Смольянова, Е. Л. Управление оборотными активами в системе управления предприятием / Е. Л. Смольянова // Экономинфо. – 2005. – № 3. – С. 69-72.

2 Что такое эффективное управление дебиторской задолженностью // Финансовый директор [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: www.fd.ru/articles/52113-sqk-15-m9-effektivnoe-upravlenie-debitorskoj-zadoljennostyu – Дата доступа: 25.01.2019.

3 Курочкина, Д.С. Пути ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности на примере ИООО «Кондор» // Молодежь в науке и предпринимательстве: сб. науч. стат. VII междунар.о форума молодых ученых / редкол.: С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. А. П. Бобовича. – Гомель: БТЭУ ПК, 2018. – С. 180-182.

Ю. А. ЛАТАШ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. П. Геврасёва,**

канд. экон. наук, доц.

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ

В последние годы при неизменно высокой роли кадровых ресурсов в сфере здравоохранения по-прежнему существует ряд проблем. В первую очередь это нехватка специалистов, уровень их профессиональной подготовки, механизмы мотивации к качественному труду и заработная плата, условия труда, дисбаланс профессиональной структуры кадров. В таблице 1 представлена обеспеченность населения Беларуси практикующими врачами и средними медицинскими работниками по областям и г. Минску.

Таблица 1 – Обеспеченность населения практикующими врачами и средними медицинскими работниками по областям и городу Минску в 2015-2017 гг.

В человеках

Области	Численность практикующих врачей в расчете на 10 тыс. чел. населения			Численность средних медицинских работников в расчете на 10 тыс. чел. населения		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7
Республика Беларусь в т. ч.:	42,5	43,7	44,3	132,8	132,4	133,1

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7
Брестская	38,6	40,0	40,5	135,7	135,8	136,3
Витебская	38,3	39,3	39,8	135,9	135,9	136,8
Гомельская	38,8	40,5	41,3	134,3	135,3	135,7
Гродненская	50,7	52,2	51,9	137,0	137,2	136,1
г. Минск	58,1	58,7	59,3	134,0	132,1	134,3
Минская	31,5	32,8	33,9	122,0	120,6	120,6
Могилевская	35,0	35,8	36,5	131,5	131,9	132,7

Примечание: источник [1].

Исходя из данных таблицы 1, можно сделать вывод, что наибольшая доля практикующих врачей в расчете на 10 тыс. человек в 2017 году приходится на г. Минск и Гродненскую область. Абсолютное изменение в целом по стране за последние два года составило 0,6 чел. Наибольшая доля средних медицинских работников в расчете на 10 тыс. человек в 2017 году приходится на Витебскую, Брестскую и Гродненскую области. Темп изменения численности практикующих врачей за весь анализируемый период по республике выше темпа изменения численности среднего медицинского персонала на 4 п.п. и составляет 104,2 %. Если рассматривать отдельно Гомельскую область, то в период 2015-2017 гг. динамика изменения численности, как практикующих врачей, так и средних медицинских работников, положительная.

Следует отметить, что работа с кадрами учреждений здравоохранения в настоящее время не имеет системного характера. Это выражается в отсутствии или недостаточной развитости ряда направлений кадровой политики: планирование персонала, работа с резервом руководителей, поддержание и развитие организационной культуры. Вместе с тем, в большинстве учреждений здравоохранения кадровая работа не имеет функциональной структуры и осуществляется специалистами, имеющими недостаточный уровень профессиональной подготовки. Нерешенным остается ряд проблем:

- несоответствие численности и структуры кадров объемам работы, задачам;
- наличие диспропорций в структуре медицинского персонала: по признаку профессиональной принадлежности: между врачами общего профиля и узкими специалистами, практикующими врачами и средними медицинскими работниками; по территориальному признаку: городской и сельской местностью;
- несовершенство нормативно-правовой базы;
- несоответствие уровня образовательной подготовки специалистов потребностям практического здравоохранения;
- отсутствие научно-обоснованных методов планирования численности медицинского и фармацевтического персонала;
- низкий уровень оплаты труда, который негативно воздействует на привлечение и закрепление специалистов в сфере здравоохранения;
- усиление тенденции оттока из отрасли молодых специалистов.

Совершенствованию кадровой политики в сфере здравоохранения на данном этапе способствуют принятие и реализация таких программных документов, как: Государственная программа о социальной защите и содействии занятости населения на 2016-2020 годы; Государственная программа «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь» на 2016-2020 годы». Проблемы обеспеченности сельских населенных пунктов специалистами с высшим и средним медицинским образованием, совершенствования уровня медицинского обслуживания предусмотрены к реализации Государственной программой возрождения и развития села.

Результаты реализации программных документов за 2017 год свидетельствуют о выполнении всех сводных целевых показателей в рамках Государственной программы о социальной защите и содействии занятости населения, а так же о степени достижения

цели и решения поставленных задач – 0,9 – в рамках Государственной программы «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь».

Согласно результатам реализации Государственной программы «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь» в 2017 году число врачей общей практики и их доля в общем количестве врачей общей практики и терапевтов участковых в регионах Республики Беларусь составили 40,2 %.

Положительным явлением в системе управления кадрами организаций здравоохранения явилось внедрение персонифицированного учета медицинских кадров в Республике Беларусь. Это позволило решить следующие задачи: создать единую электронную медицинскую базу данных медицинских и фармацевтических кадров; прогнозировать потребность в медицинских и фармацевтических кадрах; формировать государственную статистическую отчетность, статистическую оперативную и текущую информацию о медицинских и фармацевтических кадрах. В силу того, что система была внедрена сравнительно недавно (2016-2017 годы) можно сказать, что она функционирует и используется не в полной мере.

Основными направлениями повышения эффективности использования кадрового потенциала здравоохранения являются:

- устранение дублирования функций;
- перераспределение функций между различными профессиональными группами медицинского персонала;
- модернизация рабочих мест, повышение технической оснащенности труда.

Рациональное планирование кадровых ресурсов позволит снизить затраты средств из государственного бюджета на подготовку, повышение квалификации и переподготовку специалистов вследствие большей точности анализа нужд практического здравоохранения в кадрах, обеспечения оперативного доступа к информации о кадровой ситуации в Республике Беларусь, изучения тенденций трудовой миграции. Это позволит более гибко и оперативно реагировать на изменения обеспеченности кадрами организаций здравоохранения, в том числе по отдельным специальностям.

Список использованной литературы

1 Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 26.01.2019.

Я. Р. МИХАЛЬЧЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. В. Арашкевич,**

канд. экон. наук, доц.

НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Под государственной поддержкой следует понимать, с одной стороны, государственное регулирование сектора экономики, которое предусматривает, прежде всего, сознательное формирование государственных структур правовых, экономических и организационных условий становления и развития малого предпринимательства, а, с другой стороны, создание стимулов, использование материальных и финансовых ресурсов, привлекаемых в сферу малого предпринимательства на льготных условиях или бесплатно.

На данный момент в Республике Беларусь существует несколько форм поддержки малого предпринимательства:

- финансовая поддержка;
- имущественная поддержка;
- информационная поддержка;

– иные формы поддержки, к которым относятся: содействие участию субъектов малого и среднего предпринимательства в процедурах государственных закупок товаров (работ, услуг); содействие внешнеторговой деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства; поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере подготовки, повышения, квалификации и переподготовки кадров.

Задачей финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства является гарантия всем субъектам предпринимательства, соответствующим установленным требованиям, получения финансовых средств для начала предпринимательской деятельности либо ее расширения в объеме, минимальный уровень которого будет гарантирован государством, а сверх установленных объемов, – на конкурсной основе.

Финансовое обеспечение государственной политики поддержки малого предпринимательства осуществляет Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей, создаваемый с целью финансирования программ, проектов и мероприятий, направленных на поддержку и развитие малого предпринимательства путем использования денежных средств в виде бюджетных ассигнований, кредитных ресурсов, добровольных взносов и пожертвований юридических и физических лиц, доходов от выпуска и размещения ценных бумаг [1].

В течение 2017 года в Фонд финансовой поддержки для получения государственной финансовой поддержки поступило 108 проектов от субъектов малого предпринимательства на сумму 13 280,8 тыс. руб. Положительное решение о финансировании получили 40 проектов на сумму 4 262,1 тыс.руб. Фактически профинансированы 34 проекта на сумму 3 224,8 тыс.руб. Финансовая поддержка оказывалась путем предоставления субъектам малого предпринимательства займов и имущества на условиях финансовой аренды (лизинга). В 2017 году финансовая поддержка в виде займов была оказана на сумму 3 156 тыс. руб., лизингов на сумму 68,8 тыс. руб. Объем профинансированных проектов в разрезе регионов распределился следующим образом: Минский регион (34,4 %), г. Минск (34,3 %), Брестский регион (16,7 %), Гродненский регион (11,8 %), Могилевский регион (2,8 %).

Получателями государственной финансовой поддержки в 2017 году стали:

- малые предприятия (1 686,9 тыс. руб.);
- микроорганизации (1 533,6 тыс. руб.);
- индивидуальные предприниматели (4,3 тыс. руб) [2].

Наряду с финансовой поддержкой для субъектов малого и среднего предпринимательства законодательством предусмотрены меры имущественной поддержки в виде передачи в безвозмездное пользование находящихся в государственной собственности капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений, их частей, в том числе с правом приобретения их в собственность после окончания срока безвозмездного пользования; применения понижающих коэффициентов к базовым ставкам арендной платы при аренде находящихся в государственной собственности капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений, их частей; отчуждения находящихся в государственной собственности капитальных строений, изолированных помещений, их частей субъектам малого или среднего предпринимательства, осуществляющим деятельность в сфере производства товаров (выполнения работ, оказания услуг) и арендуящим данное имущество не менее пяти лет.

Информация о неиспользуемых или неэффективно используемых капитальных строениях (зданиях, сооружениях), производственных площадях, незавершенных, законсервированных капитальных строениях, находящихся в государственной собственности, предназначенных для продажи и сдачи в аренду, размещается на сайте

Государственного комитета по имуществу Республики Беларусь в Единой информационной базе неиспользуемого государственного имущества.

Задачей информационной поддержки малого и среднего предпринимательства является создание доступной для субъектов предпринимательства единой информационно-методической системы, включающей телекоммуникационную сеть, схемы межрегионального и международного обмена информацией и технологиями, формирование в сети Интернет отраслевых (межотраслевых) баз данных о предпринимательстве, спросе, ценах и особенностях рынков товаров и услуг в различных регионах страны и за рубежом в целях создания прогрессивной маркетинговой среды, а также доступности получения консультаций специалистов и соответствующих деловых услуг.

В Республике Беларусь развита инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, которые помогают предпринимателям начать и развивать свой бизнес, предоставляют необходимые информационные и консультативные услуги, оказывают содействие в получении финансовых и материально-технических ресурсов, помогают продвижению товара на внутреннем и внешнем рынке [3].

Таким образом, следует отметить, что государство участвует и стимулирует малый бизнес в Республике Беларусь с помощью законов, программ, различных форм поддержки. Без государственных программ поддержки, было бы невозможно здоровое развитие малого предпринимательства, которое приносит значительную долю выручки, налогов, инноваций, рабочих мест и инвестиций от малого и среднего предпринимательства в их общем количестве по стране. Также стоит отметить, что высокий уровень развития малого и среднего бизнеса является одним из ключевых факторов развития конкуренции. Благодаря своей гибкости, способности к быстрому обновлению и переориентации на новые виды производства и новый ассортимент выпускаемой продукции, применению новых технологий и научных разработок малый бизнес менее подвержен влиянию кризисных явлений, способен составлять конкуренцию крупным компаниям, стимулировать их эффективность.

Список использованной литературы

1 Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://belarp.by/ru/statistics-fund>. – Дата доступа: 30.01.2019.

2 Динамика количества микроорганизаций и малых организаций / Официальный сайт Нац-го стат. к-та Респуб. Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2019. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 30.01.2019.

3 Государственная программа «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь на 2016–2020 годы» / Официальный сайт Мин-ва эк-ки Респуб. Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2019. – Режим доступа: <http://economy.gov.by>. – Дата доступа: 30.01.2019.

А. Ю. ПАШЕДО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. В. Орлова**

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ: ЭВОЛЮЦИЯ И ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Ученые дали различные объяснения концепции маркетинговых коммуникаций. Питер Ф. Друкер писал в своей работе, что «цель маркетинга – сделать усилия по сбыту ненужными, его цель так хорошо познать и понять клиента, что товар или услуга будут точно подходить последнему и продавать себя». Российский учёный А.П. Панкрухин характеризует маркетинговые коммуникации как деятельность по поиску и анализу, формированию и распространению важной для субъектов маркетинговых отноше-

ний информации. Ж.Ж. Ламбен описывает маркетинговые коммуникации как процесс взаимодействия субъектов маркетинговой системы, который осуществляется посредством использования набора сигналов, направленных на различные аудитории. По определению Ф. Котлера, маркетинговые коммуникации являются средством, с помощью которого фирмы пытаются информировать, убеждать и напоминать потребителям, напрямую или косвенно, о своих товарах и торговых марках. Согласно подходу отечественного исследователя Ф.И. Шаркова, коммуникация – это, «с одной стороны, система, а с другой, – и действие, и взаимодействие, и процесс».

Е.Н. Голубкова утверждает, что необходимо различать термины «маркетинговые коммуникации» и «управление продвижением», которые тесно связаны с понятием «комплекса маркетинга», включающего в себя такие элементы, как продукт, цена, каналы распределения и продвижение [1]. Автор рассматривает термин «маркетинговые коммуникации» посредством анализа составляющих элементов – коммуникаций и маркетинга.

Традиционно исследователи, перечисляя элементы маркетинговых коммуникаций, называют четыре привычных инструмента:

– рекламу. В современных условиях реклама является самым действенным, следовательно, наиболее широко используемым средством воздействия на целевую аудиторию в процессе маркетинговой коммуникации. На современных насыщенных товарных рынках расходы на рекламу растут, при этом они не должны быть компенсацией низкого качества товара;

– PR. Это особая функция маркетинговых коммуникаций, которая способствует установлению и выстраиванию управляемых взаимоотношений с различными контактными аудиториями (потребителями, инвесторами, сотрудниками, окружающей средой и т.п.). В отличие от рекламы PR выстраивает коммуникацию между компанией и обществом, тогда как реклама строит все коммуникации вокруг товара. PR в первую очередь выстраивает доверие к источнику информации, т.е. к компании, что значительно повышает эффективность таких коммуникационных инструментов, как реклама, акции стимулирования сбыта, direct-marketing и т.п.;

– личные продажи. Осуществляются через прямой контакт покупателя и продавца. Устанавливая контакт, продавец дает ответы на интересующие покупателя вопросы о характеристиках товара, дает возможность ознакомиться с товаром и принять решение о его покупке;

– стимулирование сбыта. Является одной из ключевых составляющих маркетинговых коммуникаций, побуждая продажи с помощью проведения конкурсных мероприятий и лотерей, предоставления скидок и бонусов, проведения демонстраций и дегустаций, использования различных видов материалов в точках продажи (POS-материалы). Стимулирование сбыта может быть направлено как на потребителя, так и на оптовые продажи.

– директ-маркетинг. Данный вид предполагает прямое обращение предприятий или других организаций к клиентам. Информационные посредники здесь исключены. Главная задача директ-маркетинг выстраивание взаимоотношений с потребителями и наличие обратной связи, для чего используются технические каналы связи: электронная почта, мобильные телефоны, листовки, факс, каталоги [2].

Современные маркетинговые коммуникации дополняются новыми видами: брендинг, айдентика, спонсоринг, сувенирная реклама, выставочная деятельность и др. Маркетинговые коммуникации применяются комплексно, и при разработке маркетинговой стратегии компании необходимо решить, какие из видов маркетинговых коммуникаций будут наиболее действенны для продвижения товара, чтобы не распылять усилия и средства по ненужным направлениям. В условиях глобализации экономики стран и развитием информационных технологий маркетинг принимает различные формы

взаимодействия потребителей и производителей. До 1990 года использование Интернета в коммерческих было запрещено правилами Национального научного фонда США, однако позднее к нему получили доступ крупные компании. После передачи в 1992 году контроля над интернетом в частные руки, количество потребителей и интернет-провайдеров значительно увеличилось, сеть соединила миллионы людей и компьютеров по всему миру. Стремительный рост виртуальной составляющей в жизни людей был замечен транснациональными корпорациями и благодаря большому капиталу были проведены различные исследования по повышению эффективности сбытовой стороны организации. Постепенно, с конца XX века, началась информатизация экономики, которая требовала проведения мероприятий через новые каналы коммуникации.

Это привело к появлению интернет-маркетинга. Интернет-маркетинг – практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними [3].

Отличия интернет-маркетинга от офлайн-маркетинга:

– временная и пространственная континуальность, обусловленная непрерывным функционированием интернета;

– универсальность характеризует то, что практически нет никаких пространственных ограничений при реализации маркетинговой кампании;

– многоканальность – распространение информации возможно через несколько сервисов и механизмов: электронная почта, веб-сайты, социальные сети, видео- и аудиосервисы, обмен файлами, мобильные приложения и многое другое.

– управляемость маркетинговыми действиями (трафиком), которая возможна благодаря отслеживанию активности потребителей и изменению стратегии при отсутствии полезных действий пользователей.

На современном этапе развития информационных технологий наличие организации в виртуальной сети не является преимуществом, так как практически все субъекты рынка используют инструменты цифровой экономики – веб-сайт, социальные сети.

Таким образом, digital-маркетинг представляет собой более современную версию классического маркетинга. Основной его особенностью является то, что он сочетает в себе старую теоритическую базу XX века и новые технологии и возможности XXI века. Одной из таких технологий является Интернет. С помощью различных инструментов можно детально отслеживать поведение потребителя, его цели, предпочтения и мотивы совершения выбора в пользу того или иного товара.

Список использованной литературы

1 Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации / Е. Н. Голубкова. – М.: Юрайт, 2015. – 11 с.

2 Романов, А.А. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А. В. Панько. – М.: Эксмо, 2006. – 319 с.

3 Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki>. – Дата доступа: 25.12.2018).

Л. С. ПРАВИЛОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. В. Арашкевич,**

канд. экон. наук, доц.

РОЛЬ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАНЫ

В настоящее время особое значение приобретает развитие среднего и малого бизнеса. Именно малые предприятия, не требующие крупных стартовых инвестиций и га-

рантирующие высокую скорость оборота ресурсов, способны наиболее быстро и экономно решать проблемы реструктуризации экономики, формирования и насыщения рынка потребительских товаров в условиях нестабильной, ресурсозависимой экономики и ограниченности финансовых ресурсов.

Эффективное функционирование малых предприятий (МП) является крайне важным и необходимым условием для Республики Беларусь по нескольким причинам:

- малые предприятия – это источник создания новых рабочих мест;
- важное направление структурной перестройки экономики. Гибкость, высокая адаптивность, эффективность делают МП важным партнером крупных предприятий, с одной стороны (через субконтрактацию или аутсорсинг), а с другой стороны, их развитие способствует снижению доли промышленного сектора и/или его перестройки, а также росту сектора услуг;
- важный источник формирования доходной части местных и республиканского бюджетов при одновременном сокращении расходов на поддержание существующей, зачастую неэффективной структуры производства и занятости;
- развитие МП способствует росту реальных доходов населения, формированию среднего класса, снижению иждивенческих настроений в обществе, росту самозанятости, сокращению оттока высококвалифицированных специалистов (трудовой миграции) в страны ближнего и дальнего зарубежья.

По данным Белстата, вклад субъектов малого предпринимательства в ВВП республики Беларусь за 2017 год составил 14,9 %. В сфере малого бизнеса в минувшем году трудились 865 200 человек (20,1 % от всей численности работников).

Выручка от реализации продукции и услуг субъектов малого предпринимательства за 2017 год составила 73,8 млрд. руб. – 25,7 % общереспубликанской выручки.

Количество малых и микроорганизаций малого и среднего предпринимательства (МСП) в Беларуси в целом за 2017 г. снизилось на 14 единиц и составило на конец года 107 726 единиц. Снижение произошло за счет малых организаций – их уменьшилось на 90 единиц, или 0,8 %, и средних организаций, их снизилось на 102 единицы, или 4,4 %. Количество микроорганизаций увеличилось на 178 единиц или 0,2%. В структуре сектора МСП увеличилась доля микропредприятий, которая составила на 1 января 2018 года 88,4 % (1 января 2017 г. – 88,2 %), и сократилась доля малых и средних предприятий – 9,7% (9,8%) и 1,9 % (2 %) соответственно. За 2017 год, по данным Министерства юстиции, в стране зарегистрировано около 9 тыс. коммерческих организаций, что на 2,8 % ниже уровня предыдущего года. В 2017 году ликвидировано 8,9 тыс. коммерческих организаций (в 2016 году – 7,7 тыс. организаций), что на 1,2 тыс. организаций, или 15,9 % больше, чем в 2016 году.

Субъектами малого и среднего бизнеса в бюджет уплачено 7,2 млрд. руб. налогов и сборов, что в текущих ценах на 13,4 %, или на 0,9 млрд. руб. больше уровня 2016 года. Вклад этой категории плательщиков в формирование контролируемых налоговыми органами доходов бюджета составил 32,3 % и вырос по сравнению с 2016 годом на 1,4 п.п. В расчете на одного плательщика поступило 20,7 тыс. руб., тогда как год назад – 18,3 тыс. руб., темп роста – 113,1 %. Поступления от малых организаций сложились в размере 3,1 млрд. руб. и увеличились на 0,4 млрд. руб., или на 15,7 %, удельный вес составил 13,9 % и вырос на 0,8 п.п. В расчете на одну организацию уплачено 0,3 млн. руб., темп роста – 116,5 %. От микроорганизаций поступило 1,9 млрд. руб., что на 0,2 млрд. руб., или на 12,4 %, больше, чем в 2016 году, удельный вес – 8,6 %, рост – на 0,3 п.п. В расчете на одну организацию приходится 19,3 тыс. руб., темп роста – 112,2 %.

В объеме экспорта товаров Беларуси в 2017 году вклад субъектов малого и среднего предпринимательства составил 46,4 %. За январь-ноябрь 2017 года субъектами малого и среднего предпринимательства (с учетом индивидуальных предпринимателей)

экспортировано товаров на сумму 12 248,1 млн. долл. США, прирост по сравнению с аналогичным периодом 2016 года составил 2 546,2 млн. долл. США, или 26,2 %. Без учета нефти, нефтепродуктов и калийных удобрений удельный вес субъектов малого и среднего предпринимательства в общем объеме экспорта равен 21,5 %. Объем экспорта товаров составил 5 660,5 млн. долл. США, или 134,6% к январю-ноябрю 2016 г.

Таким образом, вклад малых и средних предприятий в экономику нашей страны очевиден. Однако наряду с положительными моментами деятельности данных субъектов хозяйствования существует множество нерешенных проблем, к числу которых следует отнести: отсутствие заемного капитала, недостаточность собственного капитала, трудности с поставщиками и покупателями, налоговое давление, которые препятствуют дальнейшему эффективному их развитию.

Список использованной литературы

1 Малое предпринимательство в Республике Беларусь: стат. сб. / Официальный сайт Мин-ва стат. и анализа Респуб. Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2019. – Режим доступа: www.belstat.gov.by. – Дата доступа: 23.01.2019.

2 Государственная программа «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь на 2016–2020 годы» / Официальный сайт Мин-ва эк-ки Респуб. Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2019. – Режим доступа: <http://economy.gov.by>. – Дата доступа: 25.01.2019.

3 О внесении изменений и дополнений в Указ Президента Республики Беларусь: Указ Президента Респуб. Беларусь от 30.03.2015., №143 / Официальный Интернет-портал Президента Респуб. Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2019. – Режим доступа: <http://president.gov.by>. – Дата доступа: 05.01.2019.

С. И. ПРОТОПОПОВ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет им. Янки Купалы)

Науч. рук. **Ли Чон Ку,**

канд. экон. наук, доц.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА (НА ПРИМЕРЕ ПРОДУКЦИИ SAMSUNG И APPLE)

При определении уровня конкурентоспособности товара используются принцип комплексности, принцип относительности, принцип социальной адресности. Главный критерий оценки конкурентоспособности товара является степень удовлетворения им реального потребителя. Удовлетворение товаром потребителя характеризуется тремя группами показателей: качественными, стоимостными, организационными. Существует три метода оценки конкурентоспособности товара: матричный, интегральный, опрос потребителя [1].

Сейчас на рынке смартфонов явно выделяются два игрока – Apple и Samsung [2]. Компания Samsung прошла долгий путь от производителя продуктов питания, до лидера рынка продуктов высоких технологий. Первые смартфоны от Samsung были не очень качественными, и долгое время компания находилась в роли догоняющей своих конкурентов. Но со временем Samsung начал задавать тренды, и стали самой успешной компанией производящей смартфоны на Android. У Samsung есть, на данный момент, 4 серий смартфонов выходящий каждый год – это серия S, Note, A, J. И главный флагман, на данное время, является Samsung Galaxy S9 и S9+.

Apple, в свою очередь, всегда была компанией производящей продукты высокой технологичности. Первый смартфон от Apple вышел в 2007 году произвел фурор во всем мире. Потребители оценили простоту использования смартфона, и удобство операционной системы iOS. Многие производители смартфонов до сих пор копируют

каждый новый iPhone. Сейчас ассортимент iPhone представлен четырьмя смартфонами: iPhone X, iPhone XS, iPhone XR, iPhone XS Max. Главным флагманом на рынке от Apple является iPhone XS.

У многих потребителей проблема выбора будущего смартфона заключается в выборе между Samsung и Apple. Выбор смартфона очень трудный для потребителя, поскольку необходимо учесть ряд важных факторов. Для этого была поставлена задача провести оценку конкурентоспособности смартфонов от двух производителей. Для анализа выбраны флагманы Samsung Galaxy S9 и iPhone XS.

При анализе конкурентоспособности смартфона учитываются следующие показатели: качество, технические характеристики, цена. К качеству смартфона относят: дизайн, надежность, ударостойкость, защищенность от воды и пыли, имидж девайса, аксессуары. К техническим характеристикам относят: программное обеспечение, разрешение экрана, производительность процессора, оперативная память, аккумулятор, физическая память, камера.

Смартфоны Samsung Galaxy S9 и iPhone XS прошли сравнение по следующим критериям: дизайн, безопасность, дисплей, камера, производительность, автономность, звучание, цена, бренд.

Смартфон Samsung Galaxy S9 имеет сдержанный «безрамочный» дизайн, с небольшими рамками с верха и снизу, закругленный дисплей по бокам, одиночный модуль камеры, находящийся посередине верхней части тыла смартфона, под камерой находится сканер отпечатка пальца. Смартфон iPhone XS, также как и конкурент, имеет «без рамочный» дизайн, характерной чертой данного смартфона является выемка сверху, где расположена фронтальная камера и датчики, позволяющие сканировать лицо пользователя. На тыльной части смартфона расположен логотип Apple, в верхнем левом углу вертикально расположен двойной модуль камеры. Многим потребителям может не понравиться выемка у iPhone XS. Сдержанный классический дизайн Samsung Galaxy S9 понравится большому количеству потребителей.

Безопасность смартфона, наверное, самый важный критерий для современного потребителя. Смартфон хранит не только личные фотографии и контакты, но и важные пароли, номера банковских счетов. Samsung Galaxy S9 имеет: сканер отпечатка пальца, сканер сетчатки радужки глаза владельца, сканер лица. Но сканер сетчатки радужки глаза и лица работают у Samsung Galaxy S9 не всегда корректно. В отличие от своего конкурента, iPhone XS использует собственную технологию FaceID для распознавания лица пользователя, которая работает лучше чем у Samsung Galaxy S9. Поэтому, в плане безопасности, iPhone XS имеет большую конкурентоспособность.

Дисплей у обоих флагманов качественно передают все краски картинки, вплоть до мелких деталей. У Samsung Galaxy S9 большая плотность пикселей и разрешение, а также использует технологию Super AMOLED, что позволяет выдавать качественную картинку. Также Samsung Galaxy S9 имеет функцию Always on Display, которая позволяет выводить информацию о времени и дате на заблокированном экране [3]. Из этого следует, что дисплей у Samsung Galaxy S9 лучше, чем у iPhone XS.

Для того чтобы смартфон мог выдавать качественные фотографии и видеосъемку, ему необходимо иметь хорошую камеру и большую производительность, чтобы обрабатывать фотографии или видео. Samsung Galaxy S9 делает хорошие ночные фотографии, а также может снимать видео в Super Slow Motion. В свою очередь, iPhone XS имеет двойной модуль камеры, который позволяет лучше детализировать фотографию и видео. Поэтому камера у iPhone XS лучше.

Производительность смартфону Samsung Galaxy S9 обеспечивает восьми ядерный процессор Exynos 9810 с тактовой частотой 4x1.9 GHz и 4x 2.9 GHz [3]. На Samsung Galaxy S9 установлена операционная система Android 8.0 Oreo. В iPhone XS установлен шестиядерный процессор Apple A12 Bionic и с операционной системой iOS12 [4].

Тесты на производительность показывают, что iPhone XS имеет большую производительность. Samsung Galaxy S9 может работать без подзарядки 443 минуты, а у iPhone XS этот показатель на 74 минуты дольше. Оба смартфона поддерживают беспроводную зарядку. Звучание у Samsung Galaxy S9 и iPhone XS примерно одинаковое. У iPhone XS отсутствует разъем Mini Jack. Наушники идущие в комплекте с Samsung Galaxy S9 выдают лучшее звучание, чем гарнитура от iPhone XS.

Цена в Беларуси у Samsung Galaxy S9 составляет 1 849 руб., а iPhone XS 2 939 руб. Такая разница в цене обуславливается брендовой составляющей смартфона. Apple позиционирует iPhone XS как «совершенно уникальный смартфон». Специалисты Apple работают в тесном сотрудничестве друг с другом, с большим вниманием к мелочам, чтобы все компоненты iPhone работали эффективно. Ни одна другая, по версии Apple, компания так не делает. «Личная информация – фундаментальное право человека» - это один из главных принципов корпорации Apple. Apple подчеркивает надежность и долговечность своих смартфонах. Apple даёт гарантию на свою продукцию. Старый iPhone можно подарить своим друзьям или родственникам, и это будет хорошим подарком. Apple это называет: «Самый лучший способ утилизации iPhone»[4]. Покупатель iPhone открывает для себя «сказочный» мир App Store. За безопасность программ на App Store, отвечает лично Apple. Программисты Apple внимательно и скрупулёзно проверяют каждое приложение на App Store. Apple уделяет внимание тому, чтобы большинство приложений на App Store были бесплатными. В итоге, потребитель, выбравший iPhone, получает возможность стать частью «семьи» Apple.

Слоган компании Samsung: «Do what you can't» (Делай то, что не можешь). Samsung не открывает для тебя новый мир как тот же Apple. Samsung демонстрирует, что наш мир не прост, он не ограничивается обычными вещами. Жизнь – это множество возможностей, и очень неправильно лишать себя этого. И открыть эти возможности, заметить тем малые моменты красоты жизни, помогает Samsung Galaxy S9. Вот почему Galaxy акцентируется на камере – чтобы передать ту красоту окружающую каждого. iPhone XS, в свою очередь, акцентируется на большой технологичный дисплей, чтобы увидеть тот, другой, мир. А Samsung на камере, для того чтобы увидеть красоту нашего мира. На iPhone XS изображен космос – другой мир. На Samsung Galaxy S9 одуванчик – наш мир.

При сравнении конкурентоспособности Samsung Galaxy S9 и iPhone XS, было определено, что Samsung Galaxy S9 имеет конкурентоспособность больше. Samsung Galaxy S9 имеет, по сравнению с iPhone XS, хороший дизайн, отличный дисплей, качественное звучание, большой выбор аксессуаров и приемлемую цену. iPhone XS имеет, по сравнению с Samsung Galaxy S9, лучшую производительность, камеру и безопасность. Так же в пользу iPhone играет его брендовая составляющая. Но ценна на iPhone XS крайне большая. Если смотреть с точки зрения обычного потребителя, он не видит за, что он переплачивает, покупая iPhone XS. По этому, Samsung Galaxy S9 имеет большую конкурентоспособность.

Список использованной литературы

1 Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум: учеб. пособие / В. В. Квасников, О. Н. Жучкевич. – Минск: Новое знание; М.: ИНФРА-М, 2013. – 184 с.

2 Рынок смартфонов на 2017, 2018 года [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://news.strategyanalytics.com/press-release/devices/strategy-analytics-huawei-overtakes-apple-become-worlds-second-largest>. – Дата доступа: 28.01.2019.

3. Официальный сайт Samsung [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://www.samsung.com/us/smartphones/galaxy-s9/>. – Дата доступа: 28.01.2019.

4 Официальный сайт Apple [Электронный источник]. – 2019. – Режим доступа: <https://www.apple.com/iphone-xs/>. – Дата доступа: 28.01.2019.

Е. В. САКОВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. В. Орлова**

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях перед университетом на передний план выносятся те же задачи, что и у любой коммерческой организации, основная из которых, – добиться устойчивого успеха, основанного на удовлетворении потребностей и ожиданий заинтересованных сторон. Основное отличие от большей части коммерческих организаций заключается в том, что университет несет значительную социальную нагрузку и не может в полной мере выступать в качестве коммерческого субъекта, ориентированного на получение максимальной прибыли. Следовательно, для обеспечения устойчивого развития университету недостаточно хорошо знать рынок образовательных услуг и уметь работать в рыночных условиях – ему необходимо быть понятым и признанным на уровне общества, государства, отдельных работодателей и индивидов, то есть полноценным участником рынка образовательных услуг. [1].

Под конкурентоспособностью вуза понимаем: 1) подготовку специалистов, выдерживающих конкурентную борьбу в конкретном внешнем или внутреннем рынке труда; 2) разработку конкурентоспособных новшеств образовательной деятельности [2].

Рассмотрим статистические данные для анализа рынка образовательных услуг, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Основные показатели образования в Республике Беларусь в 2012-2019 гг.

Показатель	Учебный год						
	2012/ 2013	2013/ 2014	2014/ 2015	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019
Число учреждений профессионально-технического образования	226	219	213	206	196	182	180
Численность учащихся, тыс. чел.	79,9	74,6	72,8	72,2	70,3	66,9	65,7
Число учреждений среднего специального образования	225	231	231	231	230	226	226
Численность учащихся, тыс. чел.	152,2	138,4	129	121,3	117,8	114,1	113,3
Число учреждений высшего образования	54	54	54	52	51	51	51
Численность студентов, тыс. чел.	428,4	395,3	362,9	336,4	313,2	284,3	268,1

Примечание: источник [3].

Исходя из данных таблице 1, можно сделать следующие выводы: число учреждений профессионально-технического, среднего специального и высшего образования за 6 лет снизилось с 505 до 457 учреждения по Республике Беларусь или на 9,5 % – это может свидетельствовать о снижении спроса на образовательные услуги и, как следствие, усилении конкуренции для дальнейшей эффективной работы учреждений образования. Также, помимо снижения общей численности учреждений образования, снизилось и количество учащихся. Для профессионально-технических на 17,8 %, для средне специальных на 25,6 % и максимальное число для высших учебных заведений – 37,4 %. Это подтверждает вывод о том, что рынок образовательных услуг заметно сокращается в связи с тем, что с каждым годом число абитуриентов уменьшается. Безусловно, это говорит об отрицательной тенденции спроса на услуги высшего образования со стороны населения, что подразумевает под собой необходимость вести более активную работу по информированию абитуриентов, продвижение университета через его имидж на рынке образовательных услуг, а также работу по повышению конкурентоспособности университета через интегрированные маркетинговые коммуникации.

Интегрированные маркетинговые коммуникации (далее – ИМК) представляют концепцию совместного использования всех видов маркетинговых коммуникаций исходя из единых целей. Таким образом, различные коммуникации дополняют друг друга. Вследствие этого возникает эффект синергии, который позволяет добиться эффективности, труднодостижимой при использовании отдельных видов маркетинговых коммуникаций.

Основными инструментами маркетинговых коммуникаций являются: реклама; стимулирование сбыта; паблик рилейшнз (связи с общественностью); прямой маркетинг; личная продажа; специальные средства для стимулирования торговли или рекламно-оформительские средства для мест продажи и т.д. [4].

Каждый из данных элементов по-своему воздействует на потребителей. Для усиления полезного эффекта от применения тех или иных мероприятий в маркетинговых коммуникациях необходимо сочетать их при построении маркетингового плана, что является главной идеей ИМК.

Совершенно новый подход к интегрированным маркетинговым коммуникациям предоставляет возможность работы в сети Интернет. Если через традиционные каналы коммуникация происходит обезличено, то Всемирная сеть позволяет охватить большой круг абитуриентов, отслеживать этап коммуникации с потребителем и формировать имидж ВУЗа в сознании потребителя. Так же влияет тот факт, что большинство поступающих узнают о ВУЗе с помощью интернет-сайтов и социальных сетей. Поэтому дополнительным преимуществом перед конкурентами может выступать использование различных каналов связей посредством ИМК. Таким образом

В сфере образования университет, который считается конкурентоспособным, может дать студентам не только знания, но, самое главное, компетенции. Эти компетенции они могут применять на практике, они помогают им развивать самих себя, приспосабливаться к выполнению различных задач, быть готовыми получить новые знания и овладеть новыми компетенциями, которые связаны с использованием современных технологий. И на основе ранее полученных знаний получать опыт в реальных условиях, со временем формируя престижный имидж университета, в котором они обучались.

Список использованной литературы

1 Брюханова, Н.В. Маркетинговая стратегия ВУЗа как ключевой фактор повышения его конкурентоспособности / Н.В. Брюханова, В.И. Беляев. – Барнаул: Алтай-й гос-й ун-т, 2016. – 131 с.

2 Екшикеев, Т.К. Конкурентоспособность и конкурентоспособные преимущества ВУЗа / Т. К. Екшикеев // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 4. – С. 32.

3 Основные показатели образования в Республике Беларусь / Официальный сайт Мин-ва стат. и анализа Респуб. Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/obrazovanie/godovye-dannye_5/osnovnye-pokazateli-obrazovaniya. – Дата доступа: 11.01.2019.

4 Барнетт, Дж. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход / Дж. Барнетт, С. Мориарти. – СПб.: Питер, 2001 – 23 с.

А. С. СЕМЕНЧУК

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **А. В. Семенчук,**

канд. экон. наук

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ ОАО «ГРОДНОХЛЕБПРОМ»

В соответствии с проводимой государственной политикой инновационное развитие Республики Беларусь предусматривает освоение результатов отечественных научных исследований и разработок в производстве. Выполнение научно-исследовательских,

опытно-конструкторских и опытно-технологических работ, которые реализуются в рамках государственных научно-технических программ, отраслевых научно-технических программ, региональных научно-технических программ, инновационных проектов, государственных программ научных исследований и международных программ различного уровня, направлено на создание новой продукции, новых технологий, решение значимых народнохозяйственных, экологических и социальных задач, оборонных проблем [1].

Можно отметить, что в рамках Государственной программы инновационного развития на белорусских предприятиях идет активное создание и организация производства принципиально новой продукции или продукции с новыми потребительскими свойствами, а также идет процесс внедрения новых способов и технологий производства.

Не исключением стало и ОАО «Гроднохлебпром», которое является основным производителем хлебобулочных изделий в Гродненской области. Удельный вес продукции, производимой предприятием, составляет более 50 % от общего объема производства хлебобулочных изделий по Гродненской области. Рассматриваемое предприятие имеет 5 филиалов, расположенных в гродненской области: Волковыский хлебозавод, Лидский хлебозавод, Новогрудский хлебозавод, Сморгонский хлебозавод, Слонимский хлебозавод. Удельный вес Гродненского хлебозавода в общем объеме выручки ОАО «Гроднохлебпром» составляет более 40 % [2].

Предприятие занимается производством хлеба и хлебобулочных изделий, кондитерских изделий; производством сухарно-бараночных изделий; печенья, пирогов, пирожных, пряников, сладостей мучных и сахарных. Также осуществляется розничная торговля хлебобулочными и кондитерскими изделиями, ликероводочными и табачными изделиями, торговля продукцией бакалейной группы товаров.

Основной целью политики организации в области качества является производство безопасной, высококачественной и конкурентоспособной продукции, отвечающей требованиям потребителей и законодательства Республики Беларусь, позволяющей достигать лидирующих позиций на рынках сбыта. Достижение этой цели обеспечивается за счет изучения и анализа рынка сбыта, изучения сильных и слабых сторон конкурентов, соблюдением технологической и санитарной дисциплины производства, внедрения современного технологического оборудования, повышением культуры производства, обеспечения безопасных условий труда и другим.

Стратегия развития ОАО «Гроднохлебпром» направлена на производство конкурентоспособной продукции высокого качества за счет технического перевооружения и модернизации действующих производств, повышения производительности труда, внедрения современного энергосберегающего оборудования, новых технологий.

В связи с вышесказанным, а также целью закрепится на внешнем рынке, рассматриваемая организация активно занимается разработкой новой продукции, которая будет значительно отличаться от уже привычной покупателям, а также привлечет новых покупателей. Такая продукция будет более конкурентоспособна за счет того, что она будет иметь иные вкусовые качества, новое внешнее оформление, как упаковки, так и самой продукции, будет рассчитана на широкий сегмент потребителей и (или) узкий.

Рассматривая новинки ОАО «Гроднохлебпром», вышедшие в 2018 году, стоит отметить печенье «Sun Seed» и хлеб «Сила зерна». Данные продукты разрабатывались с учетом зарубежных и отечественных тенденций современного рынка хлебобулочных изделий. В частности, это:

– растущий интерес людей к здоровому/правильному питанию, популярность здорового образа жизни;

– популярность хлебов, обогащённых минералами и полезными добавками (включение разнообразных злаков и семян), хлебов диетического и лечебно-профилактических направлений;

– спрос на продукты без глютена, ГМО, консервантов.

Печенье «Sun Seed» – это сдобное, песочно-отсадочное печенье из муки пшеничной первого сорта с добавлением маргарина, сахарной пудры, ядер семян подсолнечника, семян арахиса жареных дробленых, семян кунжута, семян льна, винограда сушеного и другого сырья. Изготавливается с тремя вкусами: с арахисом, с семенами льна, с виноградом сушеным. Выпускается фасованным в упаковке по 185 гр. и весовым по 3 кг. Данный продукт включил в себя все вышеуказанные тенденции современного рынка, поэтому может реализовываться как на отечественном рынке, так и на зарубежных рынках. Также большим плюсом данного печенья (фасованного) является сохранение его вкусовых и эстетических качеств на протяжении девяти месяцев, что достигается благодаря использованию пакетов из многослойной полимерной пленки.

Хлеб «Сила зерна» – это хлеб из смеси зерна пшеницы, муки пшеничной высшего сорта, клейковины пшеничной сухой, с добавлением сахара, семян кунжута, льна, подсолнечника, хлопьев овсяных, винограда сушеного, слив сушеных и другого сырья. Изготавливается с тремя вкусами: с овсяными хлопьями, с посыпкой, с сухофруктами. Данный продукт также включил в себя все современные тенденции рынка хлебобулочных изделий. А именно, хлеб «Сила зерна» позиционируется как хлеб, изготовленный на основе натуральных компонентов с минимальным количеством искусственных добавок, но с максимальным количеством натуральных ингредиентов. Рассматриваемый продукт подойдет людям, придерживающимся здорового образа жизни, правильного питания. Стоит отметить и удобный развес данного хлеба – 0,25 кг, что не даст долго залежаться этому хлебу, либо успеть испортиться.

Таким образом, ОАО «Гроднохлебпром» идет к созданию и организации производства новой востребованной на рынке продукции, продукции с новыми потребительскими свойствами, ведет внедрение новых способов и технологий производства, ориентируется не только на отечественные, но и на внешние рынки.

Список использованной литературы

1 Государственная программа инновационного развития [Электронный ресурс]. – 2019 – Режим доступа: <http://www.gknt.gov.by/devatelnost/innovatsionnaya-politika/gpir/>. – Дата доступа: 05.01.2019.

2 Об организации [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://hlebprom.by/o-kompanii/>. – Дата доступа: 05.01.2019.

Е. Е. СКИБА

(г. Гродно, Гродненский государственный университет им. Янки Купалы)

Науч. рук. **Ли Чон Ку,**

канд. экон. наук, доц.

РАЗВИТИЕ УПАКОВКИ В ПРОДВИЖЕНИИ ПРОДУКЦИИ СООО «КОНТЕ СПА»

Долгие годы упаковка была предназначена лишь для транспортировки и сохранности продукта. Однако в настоящее время наряду с этим, она выступает как инструмент позиционирования товара, также способствует его узнаванию, тем самым она выполняет важную роль коммуникации и в высшей степени является способом товаропродвижения. Компания СООО «Конте Спа» является лидером в производстве одежды, белья,

а также чулочно-носочных изделий в Восточной Европе. Однако категория чулочно-носочных изделий стала стартовым толчком к завоеванию рынка компанией [1].

Разработанная упаковка продукции Conte elegant представляет собой систему, включающую в себя три составляющих: вкладыш, полиэтиленовый упаковочный конверт и картонный конверт. Вкладыш является основой, придающей форму продукции. Он выполняет функцию сохранения товарного вида в течение предпродажного периода, а также функцию рекламы. На одной стороне вкладыша может располагаться реклама как торговых марок ООО «Конте Спа», так и других субъектов хозяйствования. Полиэтиленовая упаковка выполняет функцию защиты изделия от внешнего физического и атмосферного воздействия. Картонный конверт также выполняет функцию защиты продукции. Однако он обеспечивает большую степень защиты исходя из того, что изготовлен из более прочного материала (картона) по сравнению с полиэтиленом.

С течением времени образ упаковок чулочно-носочной продукции ООО «Конте Спа» неустанно подлежал различного рода изменениям. Они были как незначительными, при этом менялся только цвет или совершенствовалось оформление упаковки, так и глобальными. В этом случае изменялось практически все, начиная от цветового оформления, заканчивая созданием новой формы упаковки и введением новых производных со своими отличительными особенностями. Продукция торговой марки Conte elegant является одним из примеров эволюции развития упаковки.

Первоначально упаковка женских капроновых носков представляла собой небольшую картонную коробку, отличительной чертой которой являлось наличие небольшого отверстия, позволявшего потенциальному потребителю ознакомиться с качеством товара и выбрать определенный цвет. Наличие такой особенности упаковки позволило увеличить ценность товара, так как покупатель знал, что именно он приобретает, и у него складывалось доверие к бренду и уверенность в его качестве. Со временем упаковка была преобразована: внесены изменения в саму форму и усовершенствован дизайн. Новая модель упаковки не имеет отверстия, в связи с этим пропала возможность покупателю увидеть товар. Также коробка была видоизменена в картонный конверт, но при этом параметры практически не изменились. Преимуществом такой формы упаковки стала ее вместимость, что очень важно для женской целевой аудитории.

Наряду с совершенствованием внешнего вида упаковки и работой над способом ее воздействия на потребительские нужды, огромное внимание уделяется материалам, из которых она изготовлена. Проводится тщательный контроль качества и проверяется соответствие всем основополагающим требованиям, относящимся к потенциальному материалу упаковки.

Одной из важных сфер требований является требование с точки зрения экологичности. Оно заключается в том, чтобы использованная и утилизированная упаковка не нанесла существенного вреда окружающей среде. Также упаковка не должна оказывать негативное влияние на человеческое здоровье. Поэтому упаковке должна удовлетворять санитарно-гигиеническим показателям. Так, объем ряда химических веществ, которые выделяются из нее, не должен превышать допустимые концентрации [2].

Упаковка компании ООО «Конте Спа» всей продукции в основном состоит из картона, а также, полиэтиленового пакета. Например, торговая марка Diwagi, представляющая продукцию для мужского населения, использует при упаковке одиночной пары носок картонный ярлык-хедер. Упаковка торговой марки Conte kids представлена картонным конвертом и полиэтиленовым пакетом.

Картонная упаковка, по сравнению с другими материалами, используется повсеместно. Это обусловлено тем фактом, что она имеет массу достоинств. Этот материал является одним из немногих, который отличается экологичностью. При контакте с товаром, эта упаковка не выделяет вредных веществ. Следует заметить, что такой материал имеет относительно низкую массу и доступную цену.

Полиэтиленовая упаковка входит в группу пластика. В отличие от картонной упаковки, она обладает низкой экологичностью. Однако это касается лишь некоторых видов пластика, к их числу также не относят новые виды – биополимеры. Достоинства этого материала состоят в том, что они имеют приемлемую стоимость, отличаются простотой в переработке и транспортировке. Поэтому, различные виды полиэтиленовой упаковки широко используются в настоящее время.

Современные требования с точки зрения экологичности воплощены в реальность на упаковке продукции компании СООО «Конте Спа». В результате проведения сравнительного анализа упаковки продукции торговой марки Conte kids можно прийти к выводу о том, что упаковка компании соответствует требованиям экологичности. Картонный ярлык-хедер подлежал не только дизайнерским изменениям. На упаковке появились коды переработки – специальные знаки, предназначенные для обозначения материала, из которого изготовлен предмет или упаковка, и упрощения процедуры сортировки перед его отправкой на переработку для вторичного использования, которые принадлежали материалу, из которого она была изготовлена.

Упаковка чулочно-носочных изделий компании СООО «Конте Спа» может послужить примером удачного сочетания всех характеристик, необходимых для эффективной и качественной упаковки. Она не только успешно справляется с защитной функцией, сохраняя при этом товарный вид продукта, но и служит отличным способом привлечения потребительского внимания, обращая внимание на степень ее соответствия всем современным требованиям.

Список использованной литературы

1 Официальный сайт компании СООО «Конте Спа» [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://conte.by/conte-kids-about>. – Дата доступа: 15.11.2018.

2 Система контроля требований безопасности и экологичности [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/398407>. – Дата доступа: 25.11.2018.

В. А. СОРОКОЛЕТОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. П. Геврасёва,**

канд. экон. наук, доц.

ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГИИ И ПРОБЛЕМЫ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Технология – это разработанная система, которая гарантирует достижение требуемых результатов. Технологии управления персоналом называются персонал-технологиями. Персонал-технологии – это совокупность методов управления персоналом, которые ориентированы на оценку и совершенствование трудовых ресурсов организации [1].

Персонал-технологии регламентируются специально разработанными нормативно-методическими документами: нормы и нормативы, должностные инструкции, положения, схемы документооборота, стандарты организации, функциональные взаимосвязи и др. Воздействия на объект управления, то есть на персонал организации, могут быть ориентированы конкретно на одного работника или на группу работников, а также на факторы внешней и внутренней среды, в которой осуществляется процесс труда.

Существуют следующие виды технологий:

– индивидуальные – с конкретизацией приемов, услуг и навыков, которые применяются к отдельному работнику. Они в значительной мере направлены на управление

поведением работников в ходе трудовой деятельности и опираются на использование методов социальной психологии и мотивации труда;

- посреднические – оказание услуг одними группами людей другим в решении определённых задач. Применяются при взаимодействии кадровой службы с руководителями структурных подразделений предприятия. Например, по таким вопросам как подбор кадров, реализация кадровой политики, оценка кадров и т. д.;

- многозвенные – серия взаимосвязанных задач, которые выполняются последовательно, при принятии управленческого решения на каждом этапе деятельности персонала (наем, адаптация, подготовка, и так далее) с присущими им спецификой, конкретными задачами, а также методами управленческого воздействия [2].

Технологии управления персоналом должны наиболее полно учитывать социальную и психологическую природу процессов, которые подлежат регулированию и управлению, определяющих поведение работника в организации. Например, таких как ценностные установки, особенности организационной культуры, мотивация, психологический климат, групповые нормы.

Для того чтобы реализации кадровых технологий была успешной, должна быть поддержка со стороны руководства организации и интерес в их реализации. Это предполагает не только прямой заказ данного направления работы со стороны высшего руководства, но и настоящую помощь и контроль за результатами. Также необходимо соответствие всех процедур законодательству, моральным и этическим нормам.

Выделяют следующие требования к персонал-технологиям:

- определение конкретных целей, которые увязаны с целями организации;
- наличие всех необходимых ресурсов: помещение, оргтехника, оборудование, денежные средства;

- необходимая мотивация и квалификация исполнителей, которые отвечают за реализацию конкретной персонал-технологии;

- наличие необходимых процедур и методов, которые обеспечивают высокую надежность в их применении;

- точное и правильное организационное оформление, то есть наличие документов, в которых зафиксированы правила, персональная ответственность, регламенты, предписания;

- периодическая оценка их эффективности, а также, что важно, выявление и устранение неблагоприятных факторов и неиспользованных возможностей;

- количественная оценка конечного результата (количество работников организации, которые успешно выполняют возложенные на них обязанности в организации, производственные показатели молодых специалистов, уровень текучести среди новых работников и т. д.);

- качественная оценка конечного результата (удовлетворенность новых работников своими прямыми обязанностями в организации и их приверженность к организации, улучшение имиджа работников в глазах клиентов, улучшение психологического климата в коллективе, а также в самой организации);

- внесение изменений и дополнений при изменении внешней среды или по мере накопления данных по реализации персонал-технологий. Как правило, изменения вносятся раз в год;

- высокий уровень сотрудничества со стороны работников, на которых направлено действие определённых процедур.

Объектом, на который происходит воздействие кадровых технологий, являются люди, поэтому они должны учитывать психологическую и социальную природу процессов, которые определяют поведение людей в организации, это – мотивация, ценности, установки, групповые нормы, особенности организационной культуры, психологический климат, сложившейся в коллективе. Это даёт определенную сложность в их

использовании в каждой конкретной организации для менеджеров по персоналу и предъявляет к ним высокие требования по уровню квалификации [3].

Проблема развития персонал-технологий в Республике Беларусь заключается в том, что в отделах кадров на предприятиях недостаточно хорошо знают и не используют научно обоснованные и эффективные персонал-технологии. Хотя достаточное знание и эффективное использование персонал-технологий позволяет оптимизировать систему управления персоналом и избежать многих ошибок, которые имеют такие последствия как снижение производительности труда; потеря наиболее квалифицированных сотрудников; снижение исполнительской и трудовой дисциплины; ухудшение психологического климата, как в определённом структурном подразделении, так и во всей организации целом; снижение инициативы работников при решении производственных задач; увеличение количества конфликтов между руководителями и подчинёнными; увеличение числа прогулов – невыходы на работу по причинам, не предусмотренных законодательством.

Таким образом, перспективы развития и эффективного использования персонал-технологий в Республике Беларусь находятся на низком уровне, так как многие руководители уделяют данной проблеме недостаточно внимания.

На наш взгляд, для того, чтобы персонал-технологии в Республике Беларусь начали активно развиваться, необходимо прививать молодым специалистам понимание того, что персонал является одним из главных ресурсов, который необходим для эффективной работы предприятия. Следовательно, правильно организованные технологии управления этими ресурсами, принесут ещё более положительный эффект для предприятия.

Список использованной литературы

- 1 Персонал-технологии в процессе управления персоналом: понятие и виды / Интернет-портал [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://studopedia.info/>. – Дата доступа: 25.01.2019.
- 2 Веснин, В. Р. Управление персоналом. Теория и практика: учеб. / В. Р. Веснин. – М.: ТК Велби; Проспект, 2008. – 688 с.
- 3 Орлова, О. С. Управление персоналом современной организации: учеб. пособие / О. С. Орлова. – М.: Экзамен, 2009. – 285 с.

И. О. ЧЕРНУЩИК

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)
Науч. рук. **Е. Л. Разова**,
канд. филос. наук, доц.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ДЛЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Постоянно изменяющиеся условия функционирования, стремление получить конкурентные преимущества в условиях рыночной неопределённости заставляют предприятия кардинально перестраивать свою деятельность, разрабатывать методы оперативного реагирования на факторы внешней и внутренней среды, совершенствовать бизнес-процессы, управлять качеством.

Исследование литературы показало, что основная слабость управления на современном этапе состоит именно в том, что руководители не умеют владеть современными инструментами и методами управления.

В практике менеджмента качества можно выделить следующие простые инструменты управления качеством: диаграмма Исикавы, диаграмма Парето, контрольный листок, гистограмма, стратификация данных, диаграмма разброса (рассеивания),

контрольные карты [1]. Применение вышечисленных методов позволяет реализовать такой принцип системы менеджмента качества, как принятие решений, основанное на фактах. А именно эти инструменты и позволяют получить информацию о состоянии бизнес-процессов, которые изучаются.

В настоящее время требования клиентов и рыночная среда в целом очень быстро меняются, поэтому необходимо своевременно выявлять существующие проблемы в бизнес-процессах. Перед тем, как начинать оптимизацию бизнес-процесса необходимо определить, какие конкретно несоответствия нужно устранять.

Рассмотрим бизнес-процесс ООО «Кардена» «Производство строительномонтажных и специальных работ». Для анализа причин проблем в бизнес-процессе применим диаграмму Исикавы. Проведем причинно-следственный анализ основного бизнес-процесса, а именно такую проблему, как большое количество операционных рисков с применением диаграмм Исикавы (рисунок 1).



Рисунок 1 – Карта причин

Далее опишем бизнес-процесс графически: «как есть», а проведя анализ текущей ситуации, сделаем вывод «как надо» (рисунок 2, таблица 1).



Рисунок 2 – Карта решений

Таблица 1 – Описание бизнес-процесса «как есть» и «как надо»

«Как есть»	«Как надо»
Низкий уровень прогнозирования изменений внешней среды	Повышена квалификация сотрудников, которые занимаются прогнозированием
Анализируемый бизнес-процесс описан не полностью	Проведен анализа бизнес-процессов предприятия и все процессы актуализированы
Недостаток обучающих мероприятий для новых сотрудников	При поступлении на работу прохождение обязательного обучения, которое включается в трудовой стаж
Высокая текучесть кадров, преимущественно в строительных бригадах	Сотрудники мотивированы, обеспечены комфортные условия труда.
Плохое взаимодействие между подразделениями, приводящее к несвоевременной подаче информации и ее искажению	Внедрены новые информационные технологии
Недостаточная мотивация сотрудников	Сотрудники имеют дополнительные льготы на услуги
Наличие повторяющихся несоответствий, которые вовремя не устранены	Создана система отслеживания и оповещения о несоответствиях и сроках для их устранения
Несвоевременно подаются заявки на приобретение материальных ресурсов	Автоматизированная система, отслеживающая количество материалов на складе
Нехватка собственных ОС	Создание резервов денежных средств
Контроль качества осуществляется выборочно	Контроль проводится на каждом этапе бизнес-процесса

В таблице 1 отражены направления деятельности, которым необходимо следовать ООО «Кардена» для оптимизации основного бизнес-процесса и, следовательно, устранения несоответствия. Это поможет повысить производительность и скорость осуществления процессов.

Однако недостаточно только оптимизировать бизнес-процесс и разработать новые модели. Важно внедрить эти изменения на практике. Это часто вызывает различные трудности, например, сопротивление персонала [2]. Один из главных факторов успеха – это активная поддержка оптимизации бизнес-процессов со стороны высшего руководства и собственников (акционеров).

Таким образом, представленные инструменты позволяют определить, какие существуют несоответствия в бизнес-процессах, соответственно своевременно их устранить. Соответственно повышается производительность деятельности в целом и максимально удовлетворяются требования потребителей.

Список использованной литературы

- 1 Шадрин, А.Д. Менеджмент качества. От основ к практике / А.Д. Шадрин. – М.: ООО «НТК «Трек», 2004. – 360 с.
- 2 Мазур, И.И. Управление качеством: учеб. пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро; под общ. ред. И.И. Мазура. – 2-е изд. – М.: Омега-Л, 2005. – 400 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЁТА, КОНТРОЛЯ И АНАЛИЗА КАК ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Е. А. АБАРЕВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. А. Алексеенко,**

канд. экон. наук, доц.

АНАЛИЗ И РЕЗЕРВЫ РОСТА ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Прибыль как экономическая категория характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности и является показателем, который наиболее полно отражает эффективность производства, объема и качество произведенной продукции, состав производительности труда и уровень себестоимости.

По мнению Прыкиной Л.В., прибыль – это часть дохода предприятия, которая остается у него после вычета всех обязательных расходов. Иначе, это сумма доходов от реализации продукции (работ, услуг), основных фондов, иного имущества и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям [1].

Главная цель анализа прибыли состоит в выяснении и определении всех причин, которые влияют на любое изменение в структуре и количестве получаемого предприятием дохода. К этому можно отнести выявление некоторых резервов и непосредственной разработке управленческих и стратегических решений, направленных на мобилизацию и повышения качественной составляющей выявленных скрытых резервов.

Основные задачи анализа:

- систематический контроль за формированием финансовых результатов;
- определение влияния как объективных, так и субъективных факторов на финансовые результаты;
- выявление резервов увеличения суммы прибыли и уровня рентабельности, прогнозирование их величины;
- оценка работы организации по использованию возможностей увеличения прибыли и рентабельности;
- разработка рекомендаций по освоению выявленных резервов увеличения прибыли [2, с. 225].

Существует целый ряд специальных систем и методов анализа, позволяющий получить количественную оценку отдельных аспектов формирования прибыли, ее распределение и использование, как в статистике, так и в динамике. И. А. Бланк обобщил основные направления анализа прибыли организации [3, с. 52-55]:

- горизонтальный (или трендовый) анализ прибыли базируется на изучении динамики отдельных ее показателей во времени;
- вертикальный (или структурный) анализ прибыли базируется на структурном разложении агрегированных показателей ее формирования, распределения и использования. Сравнительный анализ прибыли основан на расчете абсолютных и относительных отклонений сравниваемых показателей прибыли;
- анализ коэффициентов (R-анализ) базируется на расчете соотношения различных абсолютных показателей между собой. В процессе использования этой системы анализа определяются различные относительные показатели, характеризующие отдельные аспекты формирования, распределения и использования прибыли предприятия. В

практике управления прибылью наибольшее распространения получили следующие аналитические коэффициенты: коэффициент рентабельности; коэффициент эффективности распределения прибыли; другие группы финансовых коэффициентов;

– интегральный анализ прибыли позволяет получить наиболее обобщенную характеристику условия ее формирования.

Анализ динамики прибыли традиционно проводится совместно с анализом взаимосвязанных экономических показателей: выручка от реализации, себестоимость реализованной продукции, стоимость активов и др.

Рассмотрим влияние внешних и внутренних факторов на получаемую организацией чистую прибыль [4, с. 64].

Внешние факторы (не зависящие от деятельности организации):

- состояние рынка;
- цены и тарифы на топливо, энергию, регулируемые государством отпускные цены на некоторые товары и продукцию;
- нормы амортизации;
- система налогообложения (ставки налогов);
- нарушение дисциплины со стороны деловых партнеров;
- благоприятные или неблагоприятные социальные и другие условия;
- объем и качество природных ресурсов, предоставляемых обществом.

Внутренние факторы (зависящие от деятельности организации):

- объем и качество проданных товаров;
- политика ценообразования в организации;
- уровень себестоимости и других затрат;
- качество менеджмента разных уровней;
- уровень организации труда и производства;
- уровень образования и квалификации кадров;
- технический уровень основных средств;
- научно-техническое творчество, творческая инициатива работников;
- материальное положение и экономическая заинтересованность работников.

На основании отчета о прибылях и убытках возможно исследование не только уровня и динамики финансовых результатов, но и проведение анализа влияния факторов как на получаемую организацией прибыли, так и на рентабельность продаж. Если через показатель прибыли определяется абсолютный экономический эффект деятельности организации, то показатель рентабельности выражает ее относительную величину. Показатель рентабельности является основным показателем эффективности экономической деятельности с финансовой точки зрения.

Список использованной литературы

- 1 Прыкина, Л. В. Экономический анализ предприятия: учеб. для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 360 с.
- 2 Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. / Г. В. Савицкая. – 2-е изд., испр. и доп. – Минск: РИГТО, 2012. – 367 с.
- 3 Бланк, И.А. Управление прибылью. – М.: «Ника-Центр», 2007. – 768 с.
- 4 Макаренко, И. Анализируем отчет о прибылях и убытках // Экономика. Финансы. Управление. – 2018. – № 1. – С. 62-66.
- 5 Хамчуков, Д.Ю. Использование показателей рентабельности для сравнительного анализа эффективности работы промышленности / Д.Ю. Хамчуков // Белорусский экономический журнал. – 2015. – № 2. – С. 110-133.

Е. В. ВЕЧЁРКА

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Г. Г. Виногоров,**

канд. экон. наук, доц.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ВЛИЯНИЯ СОСТОЯНИЯ КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА КОЭФФИЦИЕНТ АБСОЛЮТНОЙ ЛИКВИДНОСТИ

Оценка и анализ дебиторской и кредиторской задолженности исследуется многими авторами: С.И. Адаменковой [1], М.А. Вахрушиной [2], Л.Л. Ермолович [3], З.В. Кирьяновой [4], В.Г. Когденко [5], Н.П. Любушиным [6], Л.П. Афанасьевой [7], Г.В. Савицкой [8], Л.А. Богдановской [9] и другими. Однако, как показало проведенное автором исследование, в специальной экономической литературе ряд авторов не рассчитывают влияние изменения состояния кредиторской задолженности на показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия (таблица 1). Авторы лишь в той или иной степени затрагивают влияние краткосрочных активов и обязательств на финансовое состояние предприятия, не выделяя отдельно кредиторскую задолженность.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика методик анализа дебиторской и кредиторской задолженности

Положения			Авторы								
			Богдановская Л.А.	Ермолович Л.Л.	Савицкая Г.В.	Вахрушина М.А.	Адаменкова С.И.	Когденко В.Г.	Афанасьева Л.П.	Любушин Н.П.	Кирьянова З.В.
1 Анализ состава, структуры и динамики дебиторской и кредиторской задолженности			+	+	+	+	+	+	+	+	+
2 Анализ возраста кредиторской задолженности			+	+	+	+	+	+	+	+	+
3 Анализ качества и ликвидности кредиторской задолженности			+	+	+	+	+	+	+	+	+
4. Анализ финансового состояния организации			+	+	+	+	+	+	+	+	+
4.1 Анализ ликвидности организации			+	+	+	+	+	+	+	+	+
4.1.1 Расчет факторов изменения состояния кредиторской задолженности на показатели, характеризующие ликвидность организации	Первого порядка	Алгоритм расчета	+	+	+	+	+	+	+	+	+
		Цифровой расчет	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Второго порядка	Алгоритм расчета	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		Цифровой расчет	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Третьего порядка	Алгоритм расчета	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		Цифровой расчет	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 Разработка рекомендаций по упорядочиванию уровня кредиторской задолженности			+	+	+	+	+	+	+	+	+

Примечание: [1, с. 154 – 161; 2, с. 87 – 94; 3, с. 347 – 352; 4, с. 155 – 159; 5, с. 70 – 77; 6, с. 467 – 472; 7, с. 214 – 219; 8, с. 538 – 552; 9, с. 69 – 74].

Автор впервые предпринял попытку расчета влияния факторов трех порядков на изменение коэффициента абсолютной ликвидности.

Исследуем, как изменение состояния краткосрочных финансовых вложений, денежных средств и кредиторской задолженности повлияло на коэффициент абсолютной ликвидности, который рассчитывается по формулам (1-3):

$$\text{Кабсл.} = (\text{ФВк} + \text{ДС}) / \text{КО}, \quad (1)$$

$$\text{КО} = \text{КЗ} + \text{КОпр}, \quad (2)$$

$$КЗ = КЗ_{\text{пост}} + КЗ_{\text{покуп}} + КЗ_{\text{бюдж}} + КЗ_{\text{фсзн}} + КЗ_{\text{зп}} + КЗ_{\text{учр}} + КЗ_{\text{проч}}, \quad (3)$$

где $ФВ_k$ – краткосрочные финансовые вложения;

ДС – денежные средства и их эквиваленты;

КО – краткосрочные обязательства;

КЗ – краткосрочная кредиторская задолженность;

$КЗ_{\text{пост}}$, $КЗ_{\text{покуп}}$, $КЗ_{\text{бюдж}}$, $КЗ_{\text{фсзн}}$, $КЗ_{\text{зп}}$, $КЗ_{\text{учр}}$, $КЗ_{\text{проч}}$, $КО_{\text{пр}}$ – задолженность перед поставщиками и подрядчиками, покупателями и заказчиками, бюджетом по налогам и сборам, ФСЗН, работниками, учредителями, прочими кредиторами;

$КО_{\text{пр}}$ – прочие краткосрочные обязательства.

В формуле (1) имеем кратный тип модели факторной системы. Расчет влияния факторов на резульативный показатель производился приемом цепных подстановок.

Автор впервые апробировал вышеизложенные теоретические посылки на фактических материалах ОАО «Минский подшипниковый завод» и пришел к следующим выводам:

– ситуация на предприятии неблагоприятная. Коэффициент абсолютной ликвидности равен 0,01, что на 0,01 ниже его значения на начало отчетного периода и на 0,19 ниже нормативного значения;

– за счет увеличения краткосрочных обязательств на 9677 тыс. р. коэффициент абсолютной ликвидности снизился на 0,0061 п.п., а в результате увеличения денежных средств и их эквивалентов на 124 тыс. р. коэффициент уменьшился на 0,004 п.п. Краткосрочные финансовые вложения не оказали влияние на изменение резульативного показателя. Структура факторов составила – 60,4 % и – 39,6 % соответственно;

– из факторов второго порядка наибольшее влияние на коэффициент абсолютной ликвидности оказало изменение краткосрочной кредиторской задолженности. За счет роста краткосрочной кредиторской задолженности на 5 838 тыс. руб. коэффициент абсолютной ликвидности снизился на 0,0042 п.п. или на 41,6 % от изменения резульативного показателя;

– из факторов третьего порядка наибольшее влияние на коэффициент абсолютной ликвидности оказало изменение задолженности перед поставщиками и подрядчиками. За счет роста кредиторской задолженности перед поставщиками и подрядчиками на 2943 тыс. р. коэффициент абсолютной ликвидности снизился на 0,00236 п.п. или на 23,4 %;

Таким образом, необходимо усилить контроль за соблюдением финансовой и платежной дисциплины расчетов во избежание убытков и штрафных санкций, а также контроль за уровнем коэффициента абсолютной ликвидности. Указанная информация является основанием для принятия соответствующих управленческих решений.

Список использованной литературы

- 1 Адаменкова, С.И. Анализ производственно-финансовой деятельности: учеб-метод. пособие / С.И. Адаменкова, О.С. Евменчик. – Минск: Издательство «Регистр», 2017. – 384 с.
- 2 Вахрушина, М.А. Анализ финансовой отчетности: учеб. / под ред. М.А. Вахрушиной. – 3-е изд., пераб. и доп. – М.: ИНФРА – М, 2017. – 432 с.
- 3 Ермолович, Л.Л. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учеб. пособие / Л.Л. Ермолович [и др.] – Минск: Современная школа, 2010. – 800 с.
- 4 Кирьянова, З.В. Анализ финансовой отчетности: учеб. для бакалавров / З.В. Кирьянова, Е.В. Седова – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 428 с.
- 5 Когденко, В.Г. Экономический анализ: учеб. пособие для студентов вузов, обуч-ся по спец-ти «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / В.Г. Когденко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 392 с.

6 Любушин, Н.П. Экономический анализ: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специализациям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» и «Финансы и кредит» / Н.П. Любушин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 575 с.

7 Поздняков, В.Я. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. / под ред. проф. В.Я. Позднякова – М.: ИНФРА – М, 2015. – 617 с.

8 Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. / Г.В. Савицкая – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М, 2018. – 607 с.

9 Стражев, В.И. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учеб. / В. И. Стражев [и др.]; под общ. ред. В.И. Стражева, Л.А. Богдановской. – 7-е изд., испр. – Минск: Высш. шк., 2008. – 527 с.

В. М. ГОЛОС

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **В. П. Герасенко,**

д-р экон. наук, проф.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ: ЕЁ РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ

На современном этапе развития экономики Республики Беларусь вопрос оценки финансового состояния организации является весьма актуальным, так как именно от экономического благосостояния зависит успех её деятельности.

В теории и на практике пока нет единого мнения в определении финансового состояния организации. Поэтому следует привести несколько трактовок различных авторов для полного раскрытия сущности данного термина.

Г.В. Савицкая трактует финансовое состояние как экономическую категорию, отражающую состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени [1, с. 251].

М.И. Баканов, А.Д. Шеремет подчёркивают, что «финансовое состояние предприятия характеризуется размещением и использованием средств, пополнением собственными средствами за счет величины прибыли, а также других источников, с учётом плана, скоростью оборачиваемости основных и оборотных средств» [2, с. 175].

Следует подчеркнуть, что основными характеристиками финансового состояния являются: платёжеспособность, финансовая устойчивость, эффективность использования капитала, деловая активность. Все они взаимосвязаны, но каждое из них имеет определенную сущность и оценивается соответствующей системой показателей.

Что касается определения оценки финансового состояния организации, то в экономической литературе и научных изданиях наравне с этим понятием часто употребляется термин «анализ финансового состояния организации». При этом некоторые авторы рассматривают их как синонимы и не различают эти два понятия. Также существует иная точка зрения, согласно которой вышеперечисленные термины имеют разную экономическую суть. Таким образом, необходимо разграничить эти два термина. На наш взгляд «оценка финансового состояния организации» – это завершающий этап «анализа», который приводит к определённому выводу, т.е. «анализ» сначала рассчитывает, а затем проверяет соответствие показателей определённым установленным параметрам, в свою очередь «оценка» делает выводы из полученных результатов, также «оценка» позволяет сравнивать несколько проанализированных объектов между собой.

Основной целью оценки финансового состояния каждого хозяйствующего субъекта является анализ эффективности экономических процессов и финансового состояния. Оценка финансового состояния организации, должна быть направлена не только на оценку текущей финансовой деятельности, но и на осуществление постоянной работы по улучшению финансового состояния организации.

Отечественный и зарубежный опыт показывают, что одной из главнейших задач оценки финансового состояния является анализ показателей, характеризующих финансовую устойчивость. Финансовая устойчивость показывает степень обеспечения запасов и затрат собственными и заемными источниками их формирования, соотношением объемов собственных и заемных средств.

Финансовая устойчивость является залогом устойчивого развития и основой стабильности финансового положения организации; является индикатором, показывающим положение финансового состояния, формирующееся под влиянием внешних и внутренних факторов; обеспечивает свободное маневрирование денежных средств организации, которые в свою очередь могут эффективно использоваться для бесперебойного процесса производства и продажи продукции.

Таким образом, содержание, основная цель и задачи оценки финансового состояния хозяйствующего субъекта – выявление направлений повышения эффективности его функционирования с помощью рациональной финансовой политики; оценка финансовых результатов и финансового состояния прошлой деятельности субъекта, отраженных на момент анализа; оценка будущего потенциала организации; характеристика его финансовой конкурентоспособности и выполнения обязательств перед государством и другими хозяйствующими субъектами.

В число показателей, используемых для оценки финансового состояния организации, включаются:

- показатели платежеспособности;
- показатели финансовой устойчивости;
- показатели рентабельности;
- показатели оборачиваемости (деловой активности) и др.

Для определённых целей отбираются конкретные показатели с учетом вида, методики, отраслевой специфики объектов анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности. В рамках анализа используют процедуры комплексной оценки, которые завершаются построением мультипликатора – агрегированного показателя, выведенного на базе показателей более низкого уровня, который выполняет роль индикатора. Существуют два типа мультипликаторов: стандартные, применяемые повсеместно, и субъективные, которые определяются для конкретной организации.

К стандартным мультипликаторам относится широко известная модель Дюпона. Основная сложность применения этой модели в Республике Беларусь связана с необходимостью ведения бухгалтерской отчетности по международным стандартам, переход на которые ещё не осуществлен. Другой известный стандартный мультипликатор – оценка степени риска наступления банкротства организации по методу Альтмана. Этот метод основан на расчете суммы пяти финансовых коэффициентов (рентабельность и оборачиваемость активов, коэффициенты задолженности и реинвестирования прибыли в активы, доля собственных оборотных средств в активах), каждый из которых имеет определенный вес. Но поскольку и набор, и веса коэффициентов были рассчитаны в США в 1960-х гг., они не соответствуют современным белорусским реалиям [3, с. 114]. Исходя из этого, метод Альтмана можно применять только для общей оценки тенденций развития организации.

Подводя итоги, можно сказать, что были показаны основные теоретические моменты: раскрыты суть, основная цель и задачи оценки финансового состояния, которые в свою очередь позволяют определить степень важности её проведения для организаций. Организация может оценить, насколько эффективно она управляет своими собственными средствами, рационально ли привлекает внешние источники финансирования, способна ли своевременно рассчитываться по своим обязательствам и покрывать их за счет собственных оборотных средств. Уровень финансовой устойчивости позволяет объективно выявить проблемные сферы хозяйственной деятельности, опираясь на

которые, организация может вести работу по их устранению, по нормализации финансовой устойчивости, восстановлению платежеспособности, в случае её утраты, увеличению доли собственных средств, в общей сумме источников финансирования.

Список использованной литературы

1 Савицкая, Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2013. – 288 с.

2 Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 208 с.

3 Ткачук, М.И. Основы финансового менеджмента: учеб. пособие / М.И. Ткачук, Е.Ф. Киреева. – Минск: Интерпрессервис, Экоперспектива, 2007. – 416 с.

А. В. ЕРОШЕВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. К. Метлушко**

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ НА ЭКСПОРТНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В настоящее время приоритетной целью внешнеэкономической деятельности является развитие отечественного экспорта, что обусловлено его исключительной значимостью как фактора развития национальной экономики и источника валютных поступлений для достижения первоочередных целей государства. В связи с этим выявление резервов его роста является важнейшей задачей субъектов хозяйствования.

Вместе с тем на современном этапе в основе формирования конкурентных преимуществ и наращивания объемов экспорта значительную роль играет инновационная деятельность организаций.

В научной литературе существуют различные трактовки понятия «инновационная деятельность». В общем виде инновационная деятельность – это система мер по использованию научного, научно-технического и интеллектуального потенциалов с целью получения новых или улучшенных продуктов либо услуг [1, с. 402].

Понятие инновационной деятельности неразрывно связано с понятием инновационной активности. По мнению Ахмедовой Г.А., под инновационной активностью промышленного предприятия понимают комплексную характеристику его инновационной деятельности, включающую степень интенсивности осуществляемых им действий и их своевременность, способность мобилизовать необходимые ресурсы и задействовать имеющийся потенциал, обоснованность и прогрессивность применяемых методов, рациональность технологии инновационного процесса [2, с. 163].

Тихонов С.В. считает, что инновационная активность предприятия – это характеристика динамизма инновационной деятельности производства, оцениваемая по скорости и объемам создания, продвижения на рынок и использования инноваций в хозяйственной деятельности [3, с. 89].

Таким образом, обобщая, отметим, что инновационную активность можно определить как комплексную характеристику инновационной деятельности организации, отражающую степень интенсивности осуществляемых ею действий на всех этапах инновационной деятельности, и состоящую в способности к мобилизации инновационного, интеллектуального, ресурсного и других потенциалов с целью достижения конкурентных преимуществ в рыночной экономике.

Как отмечает О.В. Никулина, инновационную активность можно рассматривать как одно из резервообразующих направлений расширения экспортного потенциала

и повышения эффективности экспорта организаций [4, с.198]. В связи с этим важной задачей является совершенствование аналитического инструментария исследования инновационной активности организации и ее влияния на динамику экспортной деятельности.

Для оценки уровня инновационной активности в экономической литературе предлагается ряд показателей. Однако, не все из них сопровождаются алгоритмом расчета, а для некоторых – отсутствует информационная база на предприятии. По нашему мнению, в систему показателей для оценки инновационной активности организации целесообразно включить следующие показатели:

- доля средств, направленных в инновационную деятельность, в общей сумме инвестиций организации;
- уровень затрат на обучение и подготовку персонала, связанных с инновациями, приходящихся на одного работника научно-исследовательских и проектно-конструкторских подразделений;
- доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции за пределы страны;
- сумма прибыли от реализации продукции, приходящейся на 1 рубль затрат на организационные и маркетинговые инновации;
- доля нематериальных активов в стоимости долгосрочных активов;
- объем инновационной продукции, приходящийся на 1 рубль затрат на технологические инновации и др.

Отметим, что при подборе и моделировании показателей были учтены следующие требования:

- наличие информационных источников для их расчета;
- однонаправленность показателей с позиции интерпретации их динамики, т.е. рост их значений характеризует положительную тенденцию.

Для обобщающей оценки инновационной активности целесообразно, на наш взгляд, использовать интегральный показатель, который можно рассчитать по широко применяемой в экономических исследованиях формуле среднегеометрической из произведения индексов роста каждого показателя инновационной активности.

Апробация предлагаемого подхода к оценке инновационной активности и ее взаимосвязи с экспортной деятельностью была проведена на фактическом материале одного из гомельских предприятий машиностроительной отрасли за 4 года. Результаты исследования позволили сделать вывод о том, что динамика инновационной активности влияет на объем экспорта организации, о чем свидетельствует сопоставление интегрального показателя инновационной активности с темпами роста экспортной деятельности. При исследовании была выявлена следующая тенденция: рост инновационной активности сопровождался ростом экспорта предприятия в следующем году, и наоборот. Это служит основанием для вывода о том, что управляя инновационной активностью организации по направлениям, обозначенным ее показателями, можно расширить аналитический инструментарий для выявления причин, сдерживающих как ее рост, так и рост экспортного потенциала организации, а также обеспечить информационную базу для принятия обоснованных управленческих решений.

Список использованной литературы

1 Коокуева, В.В. Инновационная деятельность предприятия / В.В. Коокуева, Д.А. Конева, В.Н. Яковлева // Молодой ученый. – 2015. – № 21. – С. 402-404.

2 Ахмедова, Г.А. Управление инновационной активностью промышленных предприятий на основе эффективных методов ее оценки и стимулирования / Г.А. Ахмедова, Ж.И. Файзуллаев // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. – № 4–1. – С. 163-166.

3 Тихонов, С.В. Инновации, инновационная деятельность, инновационный потенциал: обзор литературных источников: сб. статей VIII междунар. научно-практич. конф. «Повышение управленческого, экономического, социального и инновационно-технического потенциала предприятий, отраслей и народно-хозяйственных комплексов» / С.В. Тихонов. – Пенза, 2016. – С. 87-92.

4 Никулина, О.В. Разработка мероприятий по формированию активной политической, экономической и информационной поддержки экспорта инновационных компаний в условиях регионального кластера / О.В. Никулина, Е.И. Ладыгина, А.Г. Хананаев // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2015. – № 2(7). – С. 195-199.

Д. Н. КАБАНОВ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. И. Панова,**

канд. экон. наук, доц.

АНАЛИЗ ВНЕШНИХ РЫНКОВ СБЫТА ПРОДУКЦИИ ОАО «ГОМЕЛЬСКИЙ ХИМИЧЕСКИЙ ЗАВОД»

Основными внешними рынками сбыта для ОАО «Гомельский химический завод» являются страны СНГ и Западной Европы. Основную часть своей продукции ОАО «Гомельский химический завод» реализует на довольно узком сегменте рынка. Это оптовые организации или организации агропромышленного комплекса, занимающиеся поставками непосредственно потребителям удобрений, а также сами сельскохозяйственные производители. Для этого сегмента выпускается номенклатура удобрений достаточно широкая, цена которой постоянно изменяется в зависимости от спроса.

Данные об экспорте продукции ОАО «Гомельский химзавод» в разрезе стран и основных видов удобрений представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Экспорт продукции ОАО «Гомельский химический завод» за 2017 год

Страна	Вид продукции	2017 год		
		Количество, тыс. т	Сумма, тыс. долл. США	Цена одной тонны, долл. США
Австрия	Азотно-фосфорно-калийные удобрения	0,5	161,69	323,37
Азербайджан	Сульфит натрия	0,14	79,94	571,0
Венгрия	Азотно-фосфорно-калийные удобрения	0,29	90,69	312,74
Грузия	Азотно-фосфорно-калийные удобрения	1,67	534,58	320,11
Казахстан	Сульфит натрия	0,07	41,23	589,0
Латвия	Азотно-фосфорно-калийные удобрения	20,1	6 346,58	315,75
	Серная кислота	0,41	34,78	84,83
Литва	Азотно-фосфорно-калийные удобрения	82,05	2 6867,27	327,45
Молдова	Азотно-фосфорно-калийные удобрения	1,12	336,11	300,1
Польша	Азотно-фосфорно-калийные удобрения	53	18 174,76	342,92
	Фтористый алюминий	0,18	166,84	926,91
	Сульфит натрия	0,19	116,09	611,0
Российская Федерация	Криолит марки КП	0,85	921,31	1083,89
	Сульфит натрия	2,78	1 554,49	559,17
Румыния	Азотно-фосфорно-калийные удобрения	0,33	87,68	265,71
Сербия	Азотно-фосфорно-калийные удобрения	2,08	563,16	270,75
Таджикистан	Фтористый алюминий	4,22	3 787,15	897,43
Украина	Криолит марки КП	0,07	75,06	1 072,34
	Азотно-фосфорно-калийные удобрения	98,97	29 971,09	302,83
	Сульфит натрия	0,12	64,85	540,38
ИТОГО:		269,14	89 975,36	-

Как видно, основные объемы экспорта в 2017 году были в Украину, Литву и Польшу – 87 % в натуральном выражении и почти 84 % в стоимостном выражении.

Более 30 % составляет доля экспорта удобрений в Литву. Последние годы одно из первых мест по импорту удобрений производства ОАО «Гомельский химический завод» занимает рынок Литвы, конкурируя с рынком Польши и Украины. Достаточно привлекательным рынком сбыта для ОАО «Гомельский химический завод» является Литва. Благодаря государственным субсидиям сельское хозяйство Литвы является достаточно перспективным. Пахотные площади занимают около 35 % территории республики, а сельскохозяйственные угодья – около 45 %. По итогам 2017 года абсолютный потенциал рынка Литвы составляет 560 тыс. т NPK в натуральном выражении. Доля ОАО «Гомельский химический завод» составляет 15 %.

Вероятность значительного прироста объемов поставок в этот регион маловероятна, по причине высокой конкуренции с российскими и литовскими производителями.

Рынок Грузии стал сравнительно новым для ОАО «Гомельский химический завод». Для сельского хозяйства пригодно около 16 % территории. Большая часть сельскохозяйственной продукции в Грузии производится в фермерских хозяйствах и на приусадебных участках. Большая часть аграрных хозяйств полагается в целом на ручной труд. В Грузии урожай получают два раза в год. Удобряют почву до глубокой осени. В стране почти нет крупных промышленных заводов. Предприятие АО «Энерджи Инвест» является единственным химическим предприятием, выпускающим азотно-минеральные удобрения. После конфликта с Южной Осетией российский производитель ушел с рынка, что и определило будущее поставок организации на грузинский рынок. По данным причинам для ОАО «Гомельский химический завод» грузинский рынок стал перспективным и привлекательным.

Элементы диверсификации применяются на рынках Европы для успешного продвижения товара, а также за счет предложения на тех же сегментах новой продукции происходит расширение существующей ниши. Это касается в основном интенсификации продвижения комплексных удобрений (АФК), жизненный цикл которых успешно прошел фазу внедрения и находится в фазе роста либо зрелости (в зависимости от региона).

На внешнем рынке ОАО «Гомельский химический завод» придерживается стратегии следования за лидером. На этом сегменте организация ищет покупателя, который предложит оптимальные условия оплаты и возможность работы в межсезонье, а также предлагает существующий уровень международной цены. При этом необходимо уделять особое внимание гибкому реагированию на меняющуюся конъюнктуру рынка и снижению собственных издержек.

Экспортные цены на удобрения Общество формирует по принципу соответствия ценам, складывающимся на международных рынках. Материалы Московской фондовой биржи, еженедельники «Fertilizer market bulletin», Fertilizer Week», служат источниками информации для отслеживания международных цен.

На каждом сегменте внешнего рынка формируется своя собственная цена, что видно по данным таблицы 1. Вследствие повышенного спроса на криолит марки КП и азотно-фосфорно-калийные удобрения сложился ценовой максимум в продажах. На рынках Молдовы, Румынии и Сербии цены на азотно-фосфорно-калийные удобрения на порядок ниже, чем в странах Балтии и Польши. Максимальная стоимость одной тонны азотно-фосфорно-калийных удобрений сложилась в Польше – 342,92 долл. США /т, минимальная в Румынии и составляет 265,71 долл. США/т. Минимальная стоимость одной тонны криолита наблюдается на Украине – 1 072,34 долл. США /т, максимальная стоимость сложилась на российском рынке – 1 083,89 долл. США /т.

Это позволяет сделать вывод, что наиболее выгодными по ценовому фактору являются рынки сбыта России, Литвы и Польши.

П. А. КАЛУГИНА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. И. Панова,**

канд. экон. наук, доц.

ПУТИ УСКОРЕНИЯ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Проблемой большинства организации является значительная величина дебиторской задолженности, что означает отсутствие свободных денежных средств. Поэтому вопрос об их рациональном использовании является ключевым для любой организации.

Под дебиторской задолженностью понимают задолженность организаций, работников и физических лиц данной организации, которая возникает в процессе экономической деятельности организации [1]. Большую и наиболее проблемную часть дебиторской задолженности составляет задолженность покупателей.

Для ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир» эта проблема особо значима из-за значительной доли (58,7 %) дебиторской задолженности в общем объеме краткосрочных активов. Организация заинтересована в ускорении оборачиваемости денежных средств, т.к. чем выше оборачиваемость, тем выше эффективность деятельности организации.

Для оценки эффективности использования дебиторской задолженности используют два основных показателя: коэффициент оборачиваемости и длительность одного оборота в днях. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности определяется отношением выручки от реализации к среднегодовой дебиторской задолженности. Период погашения дебиторской задолженности определяется путем деления периода 360 дней на коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности.

Указанные коэффициенты по данным ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир» за 2015-2016 гг. приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели качества дебиторской задолженности
ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир» за 2015-2016 гг.

Показатель	2015 г.	2016 г.	Отклонение	Темп роста, %
Выручка от реализации товаров (работ, услуг), тыс. руб.	254,15	270,15	16	106,29
Дебиторская задолженность на начало года, тыс. руб.	215,44	139,68	-75,76	64,83
Средняя величина дебиторской задолженности, тыс. руб.	215,72	177,44	-38,28	82,25
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	1,18	1,52	0,34	–
Период погашения дебиторской задолженности, дней	306	236	70	77,12

По данным таблицы 1 видно, что коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности увеличился на 0,34 со значения 1,18 в 2015 г. до 1,52 в 2016 г.. Значение данного коэффициента очень низкое и означает, что организация неэффективно реализует свою продукцию, и проходит большое количество времени прежде чем денежные средства за продукцию поступят на расчетный счет. Период погашения дебиторской задолженности снизился на 70 дней или на 22,87 %, а его уровень составлял в 2015 г. 306 дней, в 2016 г. 236 дней. Снижение периода погашения дебиторской задолженности – это положительная тенденция, но величина данного показателя очень высока и составляет около года, т.е. прежде чем придут деньги за продукцию на расчетный счет организации, пройдет около года.

В данной ситуации требуется разработка путей повышения оборачиваемости дебиторской задолженности. Влияние на коэффициент оборачиваемости оказывает выручка от реализации продукции и величина средней дебиторской задолженности. Увеличить выручку можно путем активизации маркетинговой политики, рационального ценообразования, предоставления скидок покупателям и расширения рынка сбыта. Но увеличение объемов реализации не поможет решить проблему при существующем положении с погашением дебиторской задолженности покупателей.

Сокращения величины дебиторской задолженности можно добиться путем качественного отбора платежеспособных покупателей, контроля за исполнением договорных обязательств контрагентами, введения штрафных санкций за просрочку платежа и регламентации процедуры предъявления претензий, использование предоплаты, определение наиболее выгодных для ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир» условий кредитования контрагентов, применения факторинга и форфейтинга.

Отбор платежеспособных покупателей основывается на постоянно обновляемых сведениях о контрагентах. Для этого у покупателей запрашивается баланс, по данным которого рассчитываются показатели платежеспособности и оценивается вероятность полной оплаты заказа. Далее необходимо контролировать поведение покупателя (вовремя ли он погасил долг по заказу, в полной ли мере, погасил ли досрочно или просрочил), и на этих основаниях делается вывод о дальнейшем сотрудничестве с этой организацией. Контроль за исполнением договорных обязательств контрагентами можно возложить на специально созданную службу контроля. Необходимо назначить работника, ответственного за состояние расчетов, и разработать систему его материального стимулирования в зависимости от состояния дебиторской задолженности.

Сокращение величины дебиторской задолженности и получение дополнительных денежных средств можно добиться путем введения штрафных санкций за просрочку платежа. Для новых покупателей можно установить минимальные штрафы, для ненадежных – повышенные.

Процедура предъявления претензий должна быть закреплена в локальном документе. Ее необходимо довести до сведения покупателей и уведомить о возможных претензионных работах (телефонные звонки с просьбой выплаты долга, рассылка претензий, временное прекращение обслуживания, подача иска в судебные органы).

Надежный инструмент для управления дебиторской задолженностью – выбор соответствующей формы расчетов. Для ненадежных заказчиков необходимо использовать предоплату (полную или частичную) или аккредитив. Для более надежных покупателей при установлении срока оплаты надо предусмотреть пеню за его нарушение.

Современные методы работы с дебиторской задолженностью – это факторинг и форфейтинг. Банк выкупит задолженность покупателя, выплатит поставщику определенный размер задолженности за вычетом процентов и стоимости данной услуги.

Организация должна решить, как именно воздействовать на величину дебиторской задолженности, и принять необходимые для этого меры. Ведь по мере того, как дебиторская задолженность будет снижаться, будут увеличиваться оборотные денежные средства, что позволит организации расходовать их на нужды производства.

Список использованной литературы

1 Пясецкая, Н. В. Управление дебиторской задолженностью компании : учеб. пособие / Н. В. Пясецкая. – М.: Амалфея, 2015. – 442 с.

А. Н. КИРИЧЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. В. Ковальчук,**

канд. экон. наук, доц.

ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях важнейшая роль при проведении экономического анализа принадлежит финансовой устойчивости, которая отражает финансовую независимость, платежеспособность и успешное функционирование организации. Все эти характеристики являются ключевыми для инвесторов, поставщиков и кредитных организаций, так как они хотят иметь определенные гарантии в условиях постоянно изменяющейся внешней среды. В связи с этим проблемам анализа финансовой устойчивости уделяется множество научных исследований в настоящее время.

Одной из наиболее актуальных проблем в области анализа финансовой устойчивости организации является многообразие подходов к ее оценке. Наиболее распространенными методами оценки финансовой устойчивости являются абсолютные и относительные показатели. Проблема заключается в том, что существует множество как самих формул расчета показателей, так и границ их нормативных значений, что представляет собой большую затрудненность, ведь показатели финансовой устойчивости должны отражать наиболее существенные стороны деятельности организации, а не противоречить или дублировать друг друга.

Основными абсолютными показателями источников формирования активов организации является величина собственных оборотных средств и чистых активов. Проблема заключается в том, что существует несколько вариантов толкования сущности этих понятий, в связи с чем различаются интерпретация и методика расчета показателей (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика понятий, способов расчета и рекомендуемых значений показателей финансовой устойчивости

Наименование показателя	Определение	Методика расчета	Нормативные или рекомендуемые значения
Собственные оборотные средства (СОС)	Собственные средства, направленные на формирование краткосрочных активов	$СОС = СК + ДО - ДА$, где СК – собственный капитал; ДО – долгосрочные обязательства; ДА – долгосрочные активы	Критерии оценки платежеспособности (не менее 0,1 - 0,3) – в зависимости от вида экономической деятельности
Собственный оборотный капитал (СОК)	Сумма краткосрочных активов, сформированных за счет собственного капитала	$СОК = КА - КО$, где КА – краткосрочные активы; КО – краткосрочные обязательства	Не менее 50 % собственного капитала
Чистые оборотные активы (ЧОА)	Сумма оборотного капитала, остающаяся в распоряжении организации после исполнения краткосрочных обязательств	$ЧОА = СОК - КО$	Положительное значение
Чистые активы (ЧА)	Стоимость долгосрочных и краткосрочных активов, обеспеченная собственным капиталом организации	$ЧА = А - О$, где А – активы, принимаемые к расчету; О – обязательства, принимаемые к расчету	Исходя из нормативных и рекомендуемых значений коэффициентов платежеспособности и автономии – не менее 0,15 и не более 0,6

В Республике Беларусь в соответствии с Инструкцией о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования [1], расчет собственных оборотных средств осуществляется как разность между суммой собственного капитала и долгосрочных обязательств и величиной долгосрочных активов.

Также собственные оборотные средства можно определить как разность между краткосрочными активами и краткосрочными обязательствами. Этот показатель важен для оценки платежеспособности в ближайшей перспективе при условии, что во второй раздел бухгалтерского баланса включены только краткосрочные активы, которые способны в течение одного операционного цикла превратиться в денежную наличность.

Если краткосрочные обязательства превышают краткосрочные активы, то это говорит о том, что все краткосрочные и часть долгосрочных активов сформированы за счет краткосрочных обязательств. Это свидетельствует об отсутствии запаса финансовой прочности, т.е. если у организации возникнет необходимость погасить одновременно всю задолженность, то ей придется распродавать свою недвижимость. Рост суммы собственного оборотного капитала свидетельствует об улучшении финансовой устойчивости организации [2, с.36].

Необходимо отметить, что по данным бухгалтерского баланса невозможно определить, в какие активы организация вложила собственный капитал, а в какие – заемный, поэтому можно только предположить, как были распределены источники финансирования. Это связано со следующими факторами:

- собственный и заемный капитал отражается в бухгалтерском балансе общими суммами по разделам;
- в бухгалтерском балансе не предусмотрено разделение статей активов по источникам финансирования, а обязательства структурируются не по направлениям их использования, а по срочности погашения.

Для этих целей можно использовать подходы к анализу финансовой устойчивости, основанные на выделении в составе всего имущества организации денежных и экономических активов. Суть данных методов состоит в подробном исследовании структуры активов, собственного капитала и обязательств, как в отдельности, так и в их взаимосвязи, а также исследовании порядка и степени покрытия каждого вида активов соответствующими источниками [3, с. 29].

Между тем, для анализа финансовой устойчивости организации наиболее часто применяют относительные показатели, в связи с чем возникают следующие проблемы:

- показатели рассчитываются на основе данных бухгалтерского баланса, который составляется на определенную дату, вследствие чего они являются статичными;
- показатели отображают результат, а не причины сложившегося состояния, которые могут отличаться и по-разному влиять на финансовую устойчивость;
- зачастую возникают трудности при интерпретации полученных значений показателей из-за отсутствия четких критериев для установления типа финансовой устойчивости.

Таким образом, финансовая устойчивость является одним из инструментов эффективного развития организации. Существует множество проблем, связанных с анализом финансовой устойчивости организации, поэтому для достижения наиболее достоверных результатов анализа необходимо использовать комплексные методы оценки.

Список использованной литературы

1 Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования: утв. постанов. М-ва фин-в Респуб. Беларусь, М-ва эк-ки Респуб. Беларусь от 27 дек. 2011 г. № 140/206 : с изм. и доп.: текст по сост. на 25 янв. 2019 г. // Нац. реестр правовых актов Респуб. Беларусь. – 2019. – № 19, 8/24865.

2 Савицкая, Г.В. Методика диагностики финансовой устойчивости субъектов хозяйствования: состояние и пути совершенствования / Г.В. Савицкая // Бухгалтерский учет и анализ. – 2014. – № 7 (211). – С. 34–46.

3 Волынцевич, Т.А. Совершенствование анализа финансовой устойчивости организаций / Т.А. Волынцевич, Е.В. Ефименко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2011. – № 11 (179). – С. 28–33.

Ю. Н. КЛИМЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. Ф. Бабына,**

канд. экон. наук, проф.

СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях рыночных отношений деятельность организации обязана осуществляться в соответствии с определенными правилами, удовлетворять требованиям состояния экономики, а повышение эффективности во всех ее направлениях является важной частью развития экономических отношений. Однако существуют некоторые отрицательные факторы, которые препятствуют развитию организации и в конечном итоге влекут за собой определенные потери, которые не позволяют достичь общей цели. В качестве таких факторов можно выделить: нестабильность экономического состояния в стране; изменчивое и неопределенное состояние внешней среды; риски деятельности организации; высокая конкуренция; нарушения, хищения и несоблюдение устава внутри организации; необходимость создания определенного уровня доверия к организации со стороны контрагентов, инвесторов и других партнеров.

Для эффективного функционирования организации следует внедрить оптимальную систему управления, которая будет обеспечивать развитие и поддержание ее жизнедеятельности. Данной системой выступает система внутреннего контроля организации. Внутренний контроль представляет собой комплекс мероприятий, разработанных в организации для обеспечения наиболее эффективного функционирования всех ее структурных подразделений при осуществлении хозяйственных операций.

Система внутреннего контроля – процесс, организованный и осуществляемый представителями собственника (руководством и другими сотрудниками) для того, чтобы обеспечить достаточную уверенность в достижении цели с точки зрения эффективности и результативности хозяйственных операций, а также соответствует деятельности действующему законодательству [1].

В соответствии с международным стандартом аудита № 400 «Оценка рисков и внутренний контроль» система внутреннего контроля включает совокупность организационных мер, методик и процедур, используемых руководителем для упорядоченного и эффективного ведения деятельности, обеспечение сохранности активов, для выявления и предотвращения ошибок, а также подготовке достоверной отчетности.

Система внутреннего контроля также включает надзор и проверку: соблюдения требований законодательства; точности и полноты документации бухгалтерского учета; своевременности подготовки достоверной бухгалтерской отчетности; предотвращения ошибок и искажений; исполнения приказов и распоряжений; обеспечения сохранности имущества организации [2, с. 9].

Внедрение системы внутреннего контроля начинается с определения подразделений, в которых возникают затраты и в которых будут разрабатываться контрольные процедуры. В организации системы внутреннего контроля необходимо участие специалистов смежных служб. Из этого вытекают основные обязанности службы внутреннего контроля: контроль за деятельностью структурных подразделений и объектов

внутреннего контроля. Причем объекты контроля могут быть различными и изменяться в зависимости от требований руководства.

Следует выделить ключевые элементы процесса системы внутреннего контроля организации. Данные элементы рассмотрены в таблице 1.

Таблица 1– Элементы процесса системы внутреннего контроля

Элемент	Процессы системы внутреннего контроля
Контрольная среда	Это общее состояние, практические действия, мероприятия и процедуры руководителей и (или) собственников экономического субъекта, направленные на установление и поддержание системы внутреннего контроля
Процесс оценки рисков	Представляет собой выявление и по максимуму устранение рисков в деятельности организации, а также их предполагаемых последствий
Контрольные действия	Это политика и процедуры, которые помогают удостовериться, что приказы руководства выполняются должным образом
Мониторинг средств контроля	Представляет собой процесс оценки эффективного функционирования системы внутреннего контроля за период времени

Контрольная среда включает официальную позицию, осведомленность и действия представителей собственника и руководства касаясь системы внутреннего контроля, а также понимание сути данной системы. Контрольная среда должна оказывать существенное влияние на сознательность сотрудников в отношении контроля. Она является базой для эффективной системы внутреннего контроля, которая будет обеспечивать поддержку дисциплины и порядка.

Процесс оценки рисков начинается с выявления, а затем анализа возможных рисков, которые в будущем могут препятствовать достижению целей деятельности организации. Процессы определяются политикой управления рисками в организации. При этом следует учитывать, что риски могут быть связаны как с внешними, так и с внутренними факторами.

Контрольные действия включают оценку наличия и эффективности политик и процедур, которые должны обеспечивать выполнение указаний руководства в полной мере, а также обеспечить охват контрольными действиями всех уровней организации. Контрольные действия могут осуществляться вручную или с применением информационных систем, они имеют разные цели и применяются на различных организационных и функциональных уровнях. Мониторинг средств контроля включает наблюдение за тем, как функционируют средства контроля и были ли они изменены соответствующим образом в случае необходимости. Мониторинг средств контроля проводит также оценку и определение критериев эффективности работы всех структурных подразделений, должностных лиц и иных сотрудников организации [3].

В заключении важно отметить, что главная роль системы внутреннего контроля – это способность выявлять риски, как в системе управления, так и в финансово-хозяйственной деятельности организации. Эффективная система внутреннего контроля сигнализирует руководству о необходимости срочного реагирования на возникшие проблемы и оказывает значительное влияние на все процессы организации, в связи с чем, вопросы, связанные с оценкой надежности системы внутреннего контроля, играют важную роль при анализе возможных причин неблагоприятных явлений, особенно в условиях нестабильной внешней среды.

Список использованной литературы

- 1 Внутренний контроль: основные понятия и организация проведения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.klerk.ru/boss/articles/6641>. – Дата доступа: 30.01.2019.
- 2 Одегова Н. А. Общие принципы организации системы внутреннего контроля / Н. А. Одегова // Аудитор. – 2015. – № 12.

Е. А. ЛАШКИНА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Е. Я. Рыбакова**

ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Каждая организация в процессе финансово-хозяйственной деятельности сталкивается с потребностью в проведении расчетов со своими контрагентами, бюджетом, банком, налоговыми органами. Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время, неизбежным является осуществление денежных расчетов, при этом расчеты между организациями могут принимать форму дебиторской и кредиторской задолженностей. Поэтому оценка и анализ состояния дебиторской и кредиторской задолженностей являются одной из главных задач организаций.

Существуют различные методические подходы к анализу дебиторской и кредиторской задолженностей. Можно выделить методики анализа таких авторов, как О.В. Ефимовой, А.Д. Шеремета, Г.В. Савицкой, Б.К. Кулизбакова, Л.А. Бернштейн и др. Изучив и обобщив методики этих авторов можно сказать, что все они в основном основаны на расчете финансовых коэффициентов (доле дебиторской задолженности в краткосрочных активах, анализе качественного состояния дебиторской задолженности, доле просроченной кредиторской задолженности в общей сумме кредиторской задолженности, период погашения задолженности и др.). Данные методики ориентированы на анализ ситуаций прошлых лет (ретроспективный анализ), т.е. они не обеспечивают текущего (оперативного) отслеживания изменений задолженности. Кроме того, результаты применения данных методик в организациях различных отраслей сложно сопоставимы вследствие диверсификации и разностороннего характера деятельности организаций. Поэтому существуют некоторые проблемы оценки дебиторской и кредиторской задолженностей в организациях Беларуси [1].

В современных рыночных условиях правила диктуют покупатели и заказчики, которым выгодно сначала получить товар или принять работу, а только потом расплатиться. Чтобы удержать свои позиции на рынке, поставщики и подрядчики следуют желаниям клиентов, все чаще используя коммерческое кредитование, способы отсрочки платежа и т.д., отсюда и возникает дебиторская задолженность.

В настоящее время значительное количество организаций Республики Беларусь имеют проблемы с погашением дебиторской задолженности, что связано с непростым финансово-экономическим положением страны. Рост дебиторской задолженности, и, прежде всего, просроченной ее части, является одной из основных причин неплатежеспособности и банкротства организаций. Согласно официальной статистике состояния расчетов в Республике Беларусь дебиторская задолженность на конец 2012 года составила 15 510,5 млн. руб., на конец 2015 года – 26 982,2 млн. руб., 2017 г. – 33 481,7 млн. руб. Удельный вес просроченной задолженности в общей сумме дебиторской задолженности также растет и составил 11,1 % в 2012 г., 22,4 % в 2015 г. и 21,1 % в 2017 г. Отсюда идет рост также и кредиторской задолженности, так как в большинстве случаев от недостатка собственных средств организации привлекают заемные средства. Так кредиторская задолженность составила 18 268,6 млн. руб., 35 309,9 млн. руб., 45 528,3 млн. руб. по 2012, 2015 и 2017 годам соответственно [2].

Основными причинами возникновения дебиторской задолженности является высокая себестоимость и низкое качество производимой организациями продукции,

из-за чего она менее конкурентоспособна по сравнению с импортной. Сложно выделить какие-либо пути снижения дебиторской и кредиторской задолженностей организаций, т.к. основной причиной сложившейся ситуации является непростое экономическое положение Беларуси. Но можно выделить несколько частных путей оптимизации дебиторской и кредиторской задолженностей:

- контролировать состояние дебиторской задолженности, в том числе расчеты по просроченным задолженностям;

- своевременно выявлять недопустимые виды дебиторской и кредиторской задолженности, к которым относятся: просроченная задолженность поставщикам, в бюджет и др.; кредиторская задолженность по претензиям; просроченная задолженность покупателей и заказчиков;

- следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности. Значительное превышение дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости предприятия, делает необходимым привлечение дополнительных источников финансирования для погашения возникающей кредиторской задолженности;

- пересмотреть условия кредитования покупателей и поставок продукции. Для этого руководству необходимо поменять порядок оплаты (продавать товары на условиях предоплаты или частичной предоплаты), предоставлять отсрочку платежа не всем лицам (например, предоставлять ее только постоянным клиентам, кредитоспособным и платежеспособным контрагентам), применять систему финансовых санкций и др.;

- создание резерва по сомнительным долгам, которое предусматривается учетной политикой в организации. Создание резерва по сомнительным долгам позволяет сократить обязательства организации перед бюджетом по уплате налога на прибыль с сумм прибыли, которую организация фактически не получила из-за неоплаты дебиторами поставленной продукции.

Таким образом, очень важно своевременно проводить анализ задолженностей организации, выявлять просроченную задолженность и предпринимать меры по снижению дебиторской и кредиторской задолженностей в организации.

Список использованной литературы

1 Аналитические исследования в управлении дебиторской и кредиторской задолженностью [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: http://afdanalyse.ru/news/analiticheskie_issledovaniya_v_upravlenii_debitorskoj_i_kreditorskoj_zadolzhennostju_organizacii. – Дата доступа: 28.01.2019.

2 Состояние расчетов в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь. – Минск, 1998. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/finansy/godovye-dannye_14/sostoyanie-raschetov-v-respublike-belarus/. – Дата доступа: 28.01.2019.

И. С. ЛЕВЧУК

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Н. Ф. Горбач,**

канд. экон. наук, доц.

НЕЗАВЕРШЁННОЕ ПРОИЗВОДСТВО ИЛИ БИОЛОГИЧЕСКИЕ АКТИВЫ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО УЧЁТА (НА ПРИМЕРЕ ОТРАСЛИ РАСТЕНИЕВОДСТВА)

В соответствии с действующей методикой бухгалтерского учета в Республике Беларусь отсутствует отдельный счет для учета биологических активов, как

растениеводства, так и животноводства. В бухгалтерской отчетности они представлены как затраты незавершенного производства (например, посеы зерновых культур).

Однако данная методика противоречит IAS 41 «Сельское хозяйство», согласно которому биологические активы растениеводства – это растения, являющиеся объектом получения выгоды для сельскохозяйственных предприятий [2]. В момент сбора урожая биологический актив переходит в сельскохозяйственную продукцию и в финансовой отчетности должен отражаться в разделе запасов.

Российские ученые с целью адаптации отечественного учета с международными стандартами финансовой отчетности предлагают ввести в план счетов бухгалтерского учета отдельный счет для учета биологических активов. Так, например, Т.Н. Сусллова рекомендует счет 06 «Биологические активы» [3].

Однако в Республике Беларусь нормативными документами запрещено дополнять Типовой план счетов бухгалтерского учета. В связи с этим рекомендуем в Типовом плане счетов бухгалтерского учета Республики Беларусь счет 11 «Животные на выращивании и откорме» переименовать в «Краткосрочные биологические активы» с выделением отдельных субсчетов для отражения специфики растениеводства и животноводства: субсчет 1 — краткосрочные биологические активы растениеводства, субсчет 2 — краткосрочные биологические активы животноводства. Долгосрочные биологические активы следует учитывать на отдельном субсчете, открытом к счету 01 «Основные средства».

Таким образом, на дату составления бухгалтерской (финансовой) отчетности будет отражаться отдельно стоимостная оценка биологических активов, например, растениеводства, и отдельно стоимость собранного урожая (таблица 1).

Таблица 1 – Рекомендуемая корреспонденция счетов по учету краткосрочных биологических активов растениеводства

Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит
Начислена заработная плата работникам, занятым выращиванием продукции растениеводства	20-1	70
Произведены отчисления от начисленной заработной платы в ФСЗН, Белгосстрах	20-1	69, 76-2
Отражены затраты сторонних организаций за энерго-, теплоэнергию, газ без учета НДС	20-1	60
Списаны семена, использованные на посев	20-1	70-1
Списаны минеральные удобрения, внесенные под выращивание культур	20-1	10-13
Списаны средства защиты растений от заболеваний и сорняков	20-1	10-14
Списаны горюче-смазочные материалы в пределах установленных норм, использованные при выращивании культур	20-1	10-3
Списаны услуги вспомогательных производств, включая затраты машинно-тракторного парка	20-1	23
Списаны общепроизводственные затраты	20-1	25
Учтены краткосрочные биологические активы растениеводства	11-1	20-1

Для решения проблемы оценки и отражения в учете продукции зерноводства Т.Н. Сусллова предложила использовать счет 95 «Отложенные доходы по биологическим активам и готовой продукции» в корреспонденции с отдельно выделенным счетом 06 «Биологические». Согласно IAS 41 «Сельское хозяйство» биологические активы и сельскохозяйственная продукция при сборе урожая должны оцениваться и отражаться в бухгалтерской отчетности исходя из справедливой стоимости за вычетом предполагаемых расходов на реализацию, кроме тех случаев, когда справедливую стоимость нельзя определить достоверно, что позволяет предста-

вить их стоимость в сумме, максимально приближенной к реальной стоимости на отчетную дату [2].

Для решения проблемы оценки и отражения в учете продукции зерноводства Т.Н. Сулова предложила использовать счет 95 «Отложенные доходы по биологическим активам и готовой продукции» в корреспонденции с отдельно выделенным счетом 06 «Биологические активы» [3].

Е.В. Фастова рекомендует для учета доходов и расходов от операций с биологическими активами открывать счет 92 «Потенциальные доходы и расходы», который будет корреспондировать со счетом 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» для определения чистой прибыли (убытка) от операций с биологическими активами [4, с. 19].

Е.В. Захарова рекомендует отражать учет потенциальных доходов и расходов от биотрансформации с использованием счетов 92 «Потенциальные доходы и расходы от биотрансформации биологических активов» и 85 «Потенциальная прибыль (убыток) от биотрансформации биологических активов» [1, с. 15].

Мы считаем, что отклонения, возникающие между справедливой и фактической (нормативно-прогнозной (плановой)) себестоимостью биологических активов, следует учитывать отдельно, как доходы (расходы) текущей деятельности, влияющие на финансовый результат на счете 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» (таблица 2).

Таблица 2 – Рекомендуемая корреспонденция счетов по учету краткосрочных биологических активов растениеводства

Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит
Дооценка стоимости краткосрочных биологических активов растениеводства до справедливой стоимости	10-1	90-7
Уценка стоимости краткосрочных биологических активов растениеводства до справедливой стоимости	90-10	11-1

При таком подходе записи, сделанные в отечественном бухгалтерском учете, будут соответствовать международным стандартам финансовой отчетности.

Список использованной литературы

1 Захарова, Е.В. Управление биологическими активами в сельскохозяйственных организациях: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05, 08.00.12 / Е.В. Захарова; Удмурт. гос. ун-т. – Ижевск, 2009. – 24 с.

2 О введении в действие на территории Республики Беларусь международных стандартов финансовой отчетности и их разъяснений, принимаемых фондом международных стандартов финансовой отчетности. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 41 «Сельское хозяйство»: постановление Совета Министров Респуб. Беларусь, Нац. банка Респуб. Беларусь, 19 авг., 2016 г., № 657/20 // Нац. реестр правовых актов Респуб. Беларусь. – 2016. – № 5/42513.

3 Сулова, Т.А. Организационно-методологические вопросы перехода на международный стандарт финансовой отчетности 41 «Сельское хозяйство»: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Т.А. Сулова. – М., 2006. – 199 с.

4 Фастова, Е.В. Реформирование бухгалтерского учета в сельском хозяйстве: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Е.В. Фастова; Моск. с.-х. акад. им. К.А. Тимирязева. – М., 2007. – 22 с.

ЛИ МИН

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. И. Панова,**

канд. экон. наук, доц.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА БЕЛАРУСИ И КИТАЯ

Белорусское и китайское социально-экономическое сотрудничество развивается в настоящее время все более активно. Количество совместных проектов между Республикой Беларусь и Китаем растет из года в год. Для предприятий обеих стран в условиях углубления экономической интеграции основным источником информации об их финансово-хозяйственной деятельности, финансовых результатах, перспективах развития является бухгалтерская отчетность.

Современный этап характеризуется тем, что и Республика Беларусь, и Китай стремятся привести национальные системы бухгалтерского учета в соответствие с международными стандартами. Однако ни одна из двух стран пока не осуществила этот переход в полной мере. Особенностью является и то, что Китай, декларируя максимальное сближение с МСФО, в то же время проявляет инициативу в разработке азиатских стандартов учета [1]. Все данные процессы происходят на фоне развивающегося экономического сотрудничества между Республикой Беларусь и Китаем.

Опыт проведенной учетной реформы и построение системы бухгалтерского учета Китая представляют для Республики Беларусь большой интерес по нескольким причинам. Во-первых, Китайская Народная Республика, так же как Беларусь, является страной, прошедшей этап социалистического экономического строительства, затем процесс его реформирования и постепенное внедрение рыночных механизмов.

Кроме того, Республика Беларусь и Китай в настоящее время развивают экономическое сотрудничество в рамках международных организаций. Оба государства, особенно в свете последних политических событий, активно реализуют крупные двусторонние проекты, в процессе которых будет производиться обмен опытом оперирования новыми экономическими категориями и реалиями, а также практикой ведения их бухгалтерского учета.

Проанализировав особенности учетных систем двух стран, можно отметить, что белорусская и китайская национальные системы, помимо сходства, имеют различия.

Для белорусской системы характерны следующие особенности:

– тесные экономические и политические контакты Беларуси со странами Европы обусловили преобладание идей европейских учетных систем;

– среди всех функций бухгалтерского учета долгие годы наибольшее значение имел контроль за сохранностью имущества (по большей части государственного) и предотвращение его расхищения, неэффективного использования.

Китайская система бухгалтерского учета характеризуется другими особенностями. До падения династического режима, Китай был довольно закрытым государством с весьма ограниченным общением с европейскими странами. Это способствовало становлению и развитию собственной системы учета в соответствии с потребностями в регламентации хозяйственных отношений. До последнего времени основной целью китайской системы учета являлось упорядочивание деятельности хозяйствующих субъектов, а этические принципы добропорядочности, справедливости и честности имеют огромную значимость для китайской системы и в настоящее время [2].

Белорусская и китайская учетные системы, тяготеющие к континентальной модели, обладают основными характерными чертами этой модели: подробное законодательное регламентирование бухгалтерского учета и контроль со стороны государства;

ориентация, в первую очередь, на цели налогообложения; стабильность учетной политики [3].

Система регулирования бухгалтерского учета и отчетности Республики Беларусь построена по многоуровневому принципу: на высшем, законодательном уровне регламентируются базовые требования; на следующем устанавливаются правила учета по отдельным объектам учета – активам, обязательствам, доходам и расходам; на уровне отраслей и видов деятельности разрабатываются рекомендации, учитывающие отраслевые особенности; на низшем уровне строится учетная политика организации. Причем происходит активное обновление стандартов учета.

В настоящее время в Беларуси приняты национальные стандарты нового поколения по вопросам учетной политики и учетной оценки, консолидированной и индивидуальной отчетности учету курсовых разниц и др. В основе разработки национальных стандартов учета лежат принципы, закрепленные в Законе Республике Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности». В целях эффективной реализации решения о применении МСФО установлены требования к главным бухгалтерам общественно значимых организаций. С 01.01.2017 главные бухгалтеры открытых акционерных обществ, страховых организаций должны иметь сертификат профессионального бухгалтера, выданный Министерством финансов Республики Беларусь, главные бухгалтеры банков – сертификат профессионального бухгалтера банка, выданный Национальным банком Республики Беларусь [4].

Регулирование бухгалтерского учета и отчетности в Китае осуществляется разными организациями: Министерством финансов КНР, Комитетом по бухгалтерским стандартам, Профессиональным комитетом ученых-теоретиков бухгалтерского учета, Комитетом профессиональных бухгалтеров коммерческих предприятий, Комитетом профессиональных бухгалтеров правительственных и некоммерческих структур.

Характерной чертой системы учета Китая является совместное участие органов государственной власти и представителей профессионального сообщества в процессе разработки норм учета и их практического внедрения. Государственные структуры отвечают за выработку стратегии в организации системы бухгалтерского учета и отчетности, фиксацию учетных стандартов и контроль за их соблюдением. Профессиональные организации участвуют в разработке рекомендаций по применению данных норм, в изучении и обобщении учетного опыта, на основе чего формируется учетная политика каждой конкретной организации.

В этом наблюдается сходство в учетном регулировании двух стран.

Список использованной литературы

1 Чень Бинь. Исследование бухгалтерского учета совокупного дохода / Чень Бинь. – Китайское финансово-экономическое издательство, 2015. – С. 153.

2 Петров, А.М. Подходы к классификации национальных систем бухгалтерского учета с позиции теоретиков КНР / А.М. Петров, М.П. Лымарь // Международный бухгалтерский учет. – 2016. – № 43(289). – С. 59.

3 Чжан Хуань Мин. Эмпирический анализ путей региональной конвергенции экономического роста / Чжан Хуань Мин // Финансы и экономика. – 2017. – С. 76-87.

4 Рыбак, Т. Н. Законодательная и институциональная основы бухгалтерского учета в Республике Беларусь: тенденции и перспективы развития / Т. Н. Рыбак. – Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/upload/accounting/smi/2015_6.pdf. – Дата доступа: 10.01.2019.

А. С. МОРОЗОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. В. Ковальчук,**

канд. экон. наук, доц.

ПУТИ УСИЛЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ЗА ОТПУСКОМ И РАСХОДОМ МАТЕРИАЛОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

В производстве фарфоровой посуды на ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» используется свыше восьмидесяти видов сырья, основных и вспомогательных материалов. Основой для приготовления фарфоровой массы являются кварцполевошпатовые виды сырья (кварцевый песок, пегманит), глинистые материалы (каолин), а также доломит и др. Особое значение при отпуске материалов в производство приобретает организация контроля за соблюдением норм расходования материалов и формирования их запасов на складах.

В ходе проведения внутреннего контроля за отпуском и расходом отдельных видов материалов в ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» периодически выявляются нарушения связанные с несоблюдением норм расходов материалов, которые приводят к перебоям в процессе производства.

В этой связи важным этапом контроля является проверка обеспеченности потребности материалов и своевременности выполнения договорных обязательств по поставкам материальных ресурсов.

Одним из условий бесперебойной нормальной работы предприятия является полная обеспеченность потребности в материальных ресурсах источниками покрытия. Потребность в завозе материальных ресурсов со стороны определяется разностью между общей потребностью в i -м виде материальных ресурсов и суммой внутренних источников ее покрытия [1]. Степень обеспеченности потребности в материальных ресурсах договорами на их поставку оценивается с помощью следующих показателей:

1 Коэффициент обеспеченности материальными ресурсами по плану:

$$\text{Коб.пл.} = \text{МР}_{\text{дог.}} / \text{МР}_{\text{пл.}}, \quad (1)$$

где $\text{МР}_{\text{дог}}$ – стоимость материальных ресурсов по заключенным договорам;
 $\text{МР}_{\text{пл}}$ – плановая потребность.

2 Коэффициент обеспеченности материальными ресурсами фактический:

$$\text{Коб.пл.} = \text{МР}_{\text{ф.}} / \text{МР}_{\text{пл.}}, \quad (2)$$

где $\text{МР}_{\text{ф}}$ – стоимость фактически поставленных материальных ресурсов.

С целью повышения качества внутреннего контроля за использованием материальных ресурсов на ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» необходимо ежемесячно контролировать уровень обеспеченности потребности по некоторым видам основных материалов (таблица 1).

По результатам таблицы 1, видно, что значение общего коэффициента обеспеченности меньше единицы, что говорит о неполной обеспеченности потребности материалами на ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» в декабре 2018 года. Основной причиной недостаточной обеспеченности запасов материалов является невыполнение договоров по поставкам каолина.

Таблица 1 – Обеспеченность потребности материалов ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» за декабрь 2018 г.

В тысячах рублей

Вид материала	Плановая потребность	Внешние источники покрытия	Заклучено договоров,	Обеспечение потребности договорами %	Поступило от поставщиков	Выполнение договоров, %	Отклонение фактической потребности от наличия плановой	Коэффициент обеспеченности	
								по плану	по факту
Каолин Просьяновский	557,6	557,6	560,5	100,52	456,1	81,37	-104,4	1,01	0,82
Глина Трошковская	100,1	100,1	100,5	100,39	100,5	100,0	9,4	1,00	1,00
Кварцевый песок Глуховецкий	100,2	100,2	100,5	100,29	100,5	100,0	21,7	1,00	1,00
Доломит Владимирский	0,3	0,3	0,3	100,00	0,3	100,0	2,4	1,00	1,00
Итого:	758,2	758,2	761,8	100,47	657,4	95,34	-70,9	1,005	0,87

В ходе контроля за отпуском материалов в производство в конце месяца составляется рабочая ведомость проверки (таблица 2).

Таблица 2 – Ведомость проверки операций по отпуску материалов в производство ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» в декабре 2018 г.

Наименование материалов	По данным карточки складского учета		По данным накладной		Отклонение
	Кол-во	Стоимость с учетом НДС, тыс. руб.	Кол-во	Стоимость с учетом НДС, тыс. руб.	
Каолин Просьяновский	400	244,00	360	200,00	- 44,00
Глина Трошковская	308	295,68	308	295,68	-
Кварцевый песок Глуховецкий	156	271,56	156	271,56	-
Доломит Владимирский	108	159,78	108	159,78	-

Внутренний контроль на участке отпуска в производство материалов должен проводиться в ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» ежемесячно в течение отчетного года, что будет способствовать повышению эффективности использования материальных ресурсов организации. Исходя из вышеизложенного, предлагаются следующие пути усиления внутреннего контроля за отпуском и расходом материалов:

- систематическая проверка выполнения договорных обязательств, своевременности поставок материалов по заключенным договорам в разрезе поставщиков;
- проверка обоснованности установленных норм расхода материалов при отпуске в производство;
- контроль за уровнем обеспеченности потребности в материальных ресурсах.

Таким образом, своевременный и правильно организованный внутренний контроль за уровнем обеспеченности потребности материальными ресурсами будет способствовать соблюдению норм расхода материалов, бесперебойному процессу производства и повышению качества выпускаемой продукции.

Список использованной литературы

1 Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие / Г. В. Савицкая – 4-е изд. перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2008. –512 с.

Н. В. САВКИНА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. И. Панова,**

канд. экон. наук, доц.

ПРОБЛЕМЫ СОСТОЯНИЯ РАСЧЁТОВ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В финансовой системе республики расчетно-платежные отношения занимают одно из ведущих мест, так как они являются связующим элементом финансово-денежной политики государства. Устойчивая быстродействующая система платежей и расчетов является одним из ключевых звеньев, а также необходимой предпосылкой эффективного функционирования всех секторов экономики.

На протяжении последних лет в экономике страны наблюдается устойчивый рост дебиторской и кредиторской задолженности, в том числе просроченной. Основными тенденциями остаются ускоренный темп роста дебиторской задолженности по сравнению с ростом обязательств. При этом ускоренное «старение» просроченной задолженности (свыше 3-х месяцев) свидетельствует об отсутствии положительных сдвигов в решении проблемы платежей.

Необходимо отметить, что развитие рыночных отношений повышает ответственность и самостоятельность предприятия в выработке и принятии управленческих решений по обеспечению эффективности расчетов с дебиторами и кредиторами. Увеличение или снижение дебиторской и кредиторской задолженности приводят к изменению финансового положения предприятия.

В таблице 1 представлено состояние расчетов организаций Республики Беларусь и величина задолженностей на начало года за период 2015 – 2017 гг. [1].

Таблица 1 – Динамика задолженностей организаций Республики Беларусь

В миллионах рублей

Наименование статьи	2015.	2016.	2017.	Отклонение	Темп роста, %
Дебиторская задолженность – всего,	26 982,2	29 943,5	33 481,7	6 499,5	124,1
из нее просроченная	6 041,7	6 857,5	7 059,4	1 017,7	116,8
Удельный вес, %	22,4	22,9	21,1	-1,3	-
Кредиторская задолженность – всего,	35 309,9	39 594,6	45 528,3	10 218,4	128,9
из нее просроченная	5 797,9	6 854,3	7 229,8	1 431,9	124,7
Удельный вес, %	16,4	17,3	15,9	-0,5	-
Отношение дебиторской к кредиторской задолженности	0,76	0,76	0,74	-0,02	-

Рассмотрев в данной таблице некоторые показатели, можно отметить, что на протяжении 2015-2017 гг. размеры дебиторской и кредиторской задолженности значительно возросли. При этом просроченная задолженность также существенно увеличилась. Это говорит о снижении платежеспособности коммерческих организаций страны.

Дебиторская задолженность для одних организаций является кредиторской для других. Однако, помимо обязательств перед партнерами по бизнесу, организации имеют кредиторскую задолженность по оплате труда перед работниками, по налогам и социальным выплатам и другие. В идеале размер дебиторской задолженности должен уравниваться кредиторской задолженностью. Рекомендуемое минимальное значение соотношения дебиторской и кредиторской задолженности равно единице. Но для отечественных предприятий кредиторская задолженность с каждым годом все больше превышает дебиторскую. А это значит, что организации не могут в полной мере рассчитываться по своим обязательствам. Превышение кредиторской задолженности над дебиторской создает угрозу финансовой устойчивости предприятия.

Следует отметить, что состояние предприятий Беларуси ухудшается. Поэтому организациям необходимо привести структуру задолженностей к оптимальным значениям, чтобы снизить риск банкротства. Многие предприятия в Беларуси становятся банкротами. В ходе осуществления хозяйственной деятельности любая организация сталкивается с необходимостью решения таких проблем как управление и минимизация дебиторской и кредиторской задолженности.

В настоящее время в Республике Беларусь обсуждается комплекс изменений нормативно-правового регулирования процесса управления проблемной задолженностью предприятий путем вхождения банков в акционерный капитал заемщиков. В 2018 г. Президент Республики Беларусь подписал Указ № 200 «О реструктуризации задолженности и прекращении обязательств», благодаря которому в стране ожидается снижение проблемной задолженности [2]. Указ принят в целях снижения объемов проблемной задолженности организаций реального сектора экономики по платежам в бюджет и кредитным договорам, уменьшения дефицита оборотных средств, более эффективной работы банков с реструктуризацией долгов и финансированием инвестиционных проектов хозяйственных обществ, участниками которых они становятся.

Согласно новому Указу банки всех форм собственности смогут вовлекаться в процесс управления деятельностью предприятий, которые им должны. К примеру, они смогут обменять проблемные долги по кредитам на акции предприятия. Также они смогут передавать права по кредитному договору другому кредитору с дисконтом — продажа банком проблемных долгов со скидкой. Банки смогут освобождать предприятия, которые находятся в тяжелом экономическом положении, от погашения проблемных задолженностей. Попросту говоря, разрешат прощать долги предприятий [3].

Указ создает условия для снижения объемов проблемной задолженности организаций реального сектора экономики по платежам в бюджет и кредитным договорам, уменьшения дефицита оборотных средств, принятия банками наиболее эффективных решений о реструктуризации долгов и финансировании инвестиционных проектов хозяйственных обществ, участниками которых они становятся.

Вместе с тем мировой опыт решения данной проблемы показывает, что коммерческие банки далеко не всегда готовы входить в акционерный капитал проблемных заемщиков. Поэтому, на наш взгляд, решение проблемы неплатежей лежит в плоскости повышения эффективности деятельности предприятий.

Список использованной литературы

1 Финансы Республики Беларусь 2018: стат. сб. // Нац-й стат. к-т Респуб. Беларусь [Электронный режим]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 02.01.2019 г.

2 О реструктуризации задолженности и прекращении обязательств: Указ Президента Респуб. Беларусь от 24.05.2018 г., № 200 [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 14.01.2019.

3 Комментарий к Указу №200 от 24 мая 2018 г. // Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/news_ru/view/kommentarij-k-ukazu-200-ot-24-maja-2018-g-18779/. – Дата доступа: 12.01.2019.

Т. В. СУГЛОБ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. В. Ковальчук,**

канд. экон. наук, доц.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРИХОЗЯЙСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ ЗА ВЫПОЛНЕНИЕМ ДОГОВОРНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Одной из важнейших задач контроля является проверка выполнения договорных обязательств и расчетов по претензиям покупателей. Особое значение на этом участке проверки имеет внутрихозяйственный контроль, в ходе которого проверяют организацию оперативного учета отгрузки продукции в разрезе покупателей, наличие по каждому договору расшифровок ассортимента с указанием сроков поставки изделий, а также наличие отметок о фактическом отпуске продукции с указанием дат. Одной из причин невыполнения обязательств перед покупателями является недостаточность внутреннего контроля на этом участке из-за отсутствия четкой методики проверки выполнения договоров по отгрузке и реализации продукции.

Процесс внутреннего контроля целесообразно начинать с составления общей программы проверки, в которой в обязательном порядке указываются сроки ее проведения и исполнители (таблица 1).

Таблица 1 – Программа контроля за выполнением обязательств по реализации продукции в организации

Планируемые виды работ	Период проведения	Исполнитель
Проверка правильности отражения готовой продукции в отчетности	01.04.18-04.04.18	И. В. Виноградова
Проверка выполнения договорных обязательств по реализации готовой продукции и расчетов по претензиям	05.04.18-10.04.18	А. А. Кормов

Выполнение договорных обязательств по реализации продукции проверяют на основании реестров оперативного учета (книг, журналов), которые ведет бухгалтерия организации по количеству, ассортименту, срокам поставки и т.д.[1, с. 211].

Внутреннюю проверку необходимо начинать с изучения первичных документов по отгрузке и реализации продукции, установления их подлинности и наличия основания для отражения операций на счетах бухгалтерского учета (таблица 2):

Таблица 2 – Документы, подлежащие проверке по выполнению обязательств по реализации продукции в организации

Наименование документов и регистров	Срок представления	Дата получения
1	2	3
Учетная политика	01.04.18	01.04.18

Окончание таблицы 2

1	2	3
Рабочий план счетов	01.04.18	01.04.18
Счета-фактуры	04.04.18	04.04.18
ТТН-1	05.04.18	05.04.18
Книга продаж	03.04.18	04.04.18
Бухгалтерский баланс	03.04.18	03.04.18
Оборотно-сальдовая ведомость	05.04.18	05.04.18
Отчет о прибылях и убытках	03.04.18	03.04.18
Оборотная ведомость по счетам 90,99,62,51	05.04.18	06.04.18

Следующим этапом проверки может быть оценка выполнения обязательств по заключенным договорам. В этом случае внутренний контроль должен проводиться работниками отдела сбыта ежеквартально [2]. Оценку обязательств необходимо проводить в разрезе отдельных договоров, видов продукции, сроков поставки нарастающим итогом с начала года. Для обобщающей оценки договорных обязательств, рассчитывается одноименный коэффициент как отношение разницы между объемами произведенной в счет поставок и недопоставленной продукции к объему произведенной продукции. Оценка выполнения договорных обязательств за первый квартал 2018 года представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Выполнение договорных обязательств по поставкам готовых изделий за квартал

В тысячах рублей

Отчетный период	Произведено продукции для заключения договоров		Недоставлено продукции по договорам		Выполнение договорных обязательств по поставкам продукции, %	
	за отчетный месяц	с начала периода	за отчетный месяц	с начала периода	за отчетный месяц	с начала периода
Январь	1 180	1 180	-	-	100	100
Февраль	2 143	3 323	225	225	89,5	93,2
Март	1 988	5 311	81	306	96	94,2
Итого	5 311	5 311	x	306		94,2

Данные таблицы 3 показывают, что организация два месяца из трех не выполняла свои договорные обязательства, в результате чего план по поставкам продукции за первый квартал был невыполнен на 5,8 %.

Выявленные в ходе внутреннего контроля нарушения, связанные с невыполнением договорных обязательств, позволят определить конкретные причины, связанные с нарушением сроков поставок продукции и разработать мероприятия по их устранению.

Таким образом, предложенная методика проверки выполнения договорных обязательств по заключенным договорам будет способствовать не только своевременному выполнению условий контрактов по реализации готовой продукции, но и совершенствованию организации внутреннего контроля за отгрузкой и реализацией продукции.

Список использованной литературы

1 Чечёткин, А. С. Бухгалтерский учет, анализ, аудит: учеб. пособие / А. С. Чечёткин. – Минск: ИВЦ Минфина, 2017. – 552 с.

2 ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://kristall.by>. – Дата доступа: 14.01.2019.

А. А. ХОРТ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Н. Ф. Горбач,**

канд. экон. наук, доц.

МЕТОДИКА ПРОВЕРКИ ВЫПУСКА И ОПРИХОДОВАНИЯ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ МУКОМОЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В РАМКАХ ОПЕРАЦИОННОГО АУДИТА

Конечным этапом производственного процесса организации является выпуск готовой продукции. Аудит целесообразно начинать со знакомства с учетной политикой организации, отраслевыми особенностями, предусмотренными инструкциями и положениями, другой документацией, влияющей на организацию методики учета и налогообложения операций по выпуску готовой продукции и отражение результатов в бухгалтерской отчетности. Аудит выпуска готовой продукции осуществляется по данным счета 43 «Готовая продукция» [1, с. 133].

Исследование проводилось на фактических материалах ОАО «Молодечненский комбинат хлебопродуктов». При проверке внимательно изучалось состояние учета и хранения, соблюдение порядка оприходования всей поступившей за проверяемый период продукции собственного мукомольного производства. При этом анализировались и проверялись по существу первичные документы на оприходование продукции (накладная на сдачу продукции из производства на склад, накладная на сдачу продукции с мельницы на склад муки, накладная на передачу готовой продукции в места хранения, рапорт об использовании потоков муки и выработке продукции на мукомольном заводе). В ходе проверки была установлена правильность составления указанных документов, их подлинность, реальность отраженных в них операций и объективность содержащихся в них сведений. Производилась встречная сверка документов на оприходование мукомольной продукции с документами на начисление оплаты труда. Нами разработана вспомогательная ведомость полноты и правильности оприходования полученной готовой продукции для заполнения аудиторами (таблица 1).

Таблица 1 – Ведомость проверки полноты и правильности оприходования полученной готовой продукции мукомольного производства

Наименование готовой продукции	Оприходовано продукции согласно первичным документам, т	Количество продукции, за которое начислена заработная плата, т	Отклонения
Мука пшеничная в/с	4,7	4,7	–
Мука пшеничная 1 с	1,5	1,5	–
Мука пшеничная 2 с	0,45	0,45	–
Крупа манная	0,12	0,12	–
Мука ржаная обдирная	23,83	23,83	–
Мука ржаная сеянная	44,876	44,876	–
Отруби ржаные	0,625	0,625	–

При аудите полноты и своевременности оприходования готовой продукции мукомольного производства следует учитывать, что оприходованию должна подлежать продукция, прошедшая все технологические стадии и соответствующая техническим условиям и стандартам. Первичные документы на её оприходование сверяются с данными отчетов заведующих складами на их оприходование (отчет о движении продукции, товаров на складе; отчет о движении хлебопродуктов на элеваторе и складах), а также с данными аналитического и синтетического учета. При этом аудитор составляет следующую вспомогательную таблицу 2.

Таблица 2 – Ведомость проверки полноты оприходования продукции собственного производства

Наименование продукции	Оприходовано							Отклонение
	по данным синтетического учета	по данным первичных документов		по данным кладовщика		по данным регистров аналитического учета		
		к-во	сумма	к-во	сумма	к-во	сумма	
Мука пшеничная в/с	2 921,14	4,7	2 921,14	4,7	2 921,14	4,7	2 921,14	–
Мука пшеничная 1 с	678,03	1,5	678,03	1,5	678,03	1,5	678,03	–
Мука пшеничная 2 с	122,04	0,45	122,04	0,45	122,04	0,45	122,04	–
Крупа манная	84,08	0,12	84,08	0,12	84,08	0,12	84,08	–
Мука ржаная обдирная	7 815,41	23,83	7 815,41	23,83	7 815,41	23,83	7 815,41	–
Мука ржаная сеянная	19 424,13	44,876	19 424,13	44,876	19 424,13	44,876	19 424,13	–
Отруби ржаные	48,09	0,625	48,09	0,625	48,09	0,625	48,09	–

Проверяя операции по бухгалтерскому учету готовой продукции, аудитор при изучении документов обращает внимание на правильность оформления приемки выпущенной из производства готовой продукции, т.к. формирование достоверной учетной информации о производственных и финансовых итогах деятельности предприятия зависят от реальности показателей, приведенных в первичных документах (таблица 3).

Таблица 3 – Проверка правильности учета операций по выпуску готовой продукции мукомольного производства

Содержание хозяйственной операции	Корреспонденция счетов		Сумма по данным		
	дебет	кредит	организации	аудитора	отклонения
Получены зерноотходы пшеницы 1 категории	10	20.1	653	653	–
Получены зерноотходы ржаные 1 категории	43.1	20.1	761	761	–
Получена мука пшеничная в/с	43.1	20.1	2 921,14	2 921,14	–
Получена мука пшеничная 1 с	43.1	20.1	678,03	678,03	–
Получена мука пшеничная 2 с	43.1	20.1	122,04	122,04	–
Получена крупа манная	43.1	20.1	84,08	84,08	–
Мука ржаная обдирная	43.1	20.1	7815,41	7815,41	–
Мука ржаная сеянная	43.1	20.1	19 424,13	19 424,13	–
Отруби ржаные	10	20.1	48,09	48,09	–

Таким образом, никаких отклонений по суммам при реализации продукции на ОАО «Молодечненский комбинат хлебопродуктов» выявлено не было. Корреспонденции составлены верно, суммы аналогичны тем, что отражены в регистрах синтетического учета. Но отсутствуют первичные документы на списание готовой продукции: требование-накладных, расходной накладной или расходного ордера, доверенности на получение готовой продукции. В результате чего аналитической учет готовой и побочной продукции не подтвержден документально, что является существенным нарушением.

Список использованной литературы

1 Практический аудит: учеб. пособие / В.Н. Лемеш [и др.]; под ред. В.Н. Лемеш. – Минск: Амалфея, 2018. – 384 с.

А. Н. ЩЕРБАКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. Н. Алексеенко,**

канд. экон. наук, доц.

УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Необходимость реагирования Республики Беларусь на ограничения внешнеэкономических связей и важность ускоренного перехода страны на курс импортозамещения определяют актуальность как оперативной корректировки сложившихся практик управления отдельными отраслями, так и интенсификации функционирования отдельных промышленных предприятий. Все чаще коммерческие организации сталкиваются с производственной задачей: как, оперируя имеющимися запасами ограниченных материальных ресурсов, не только получить востребованные потребителем аналоги экспортируемых ранее товаров, но и вывести на рынок уникальный отечественный продукт.

Одним из приоритетных способов увеличения инновационной активности в стране должно стать совершенствование существующих подходов к использованию инновационных потенциалов хозяйствующих субъектов и их элементов.

Основываясь на авторском представлении о сущности инновационного потенциала предприятия как совокупности материально-технических, технологических, нормативно-правовых, информационных, трудовых, финансовых и организационно-административных ресурсов, которые определяют возможности экономического агента к осуществлению качественно новых преобразований и получению эффективных результатов его инновационной деятельности, авторы считают возможным утверждать, что эффективное использование именно материальных ресурсов служит основным условием создания качественно новых идей и способствует их успешной коммерческой реализации в современной бизнес-среде [1].

Важнейшим инструментом управления материальными ресурсами в организации, изыскания внутрипроизводственных резервов их экономии и рационального использования является экономический анализ. Проведение анализа материальных ресурсов позволяет предприятию оценить свои производственные возможности, то есть определить уровень экономической обоснованности использования данных материальных ресурсов [2].

Так, на основе отчетности ОАО «Гомельский литейный завод «Центролит» был проведен анализ обеспеченности и эффективности использования материальных ресурсов за 2016-2017 гг. Было выявлено, что организация имела низкий уровень обеспеченности материальными ресурсами основных видов и неритмичность их поставок в 2017 году. Неполная обеспеченность материальными ресурсами была обусловлена недостатками в работе отдела материально-технического снабжения по заключению договоров на обеспечение потребности из внешних источников и нарушениями в их выполнении со стороны поставщиков. Причиной неритмичности поставок стало нарушение поставщиками договорных обязательств, как по количеству, так и по срокам их поставки.

Анализ эффективности использования материальных ресурсов выявил в 2017 году снижение материалоотдачи и материалорентабельности, а также рост материалоемкости продукции. Материалоотдача в 2017 году сократилась на 0,155 руб. или на 8,4 %, в связи с ростом материальных затрат на 1 297 тыс. руб. или на 8,5 % при одновременном сокращении объема производства продукции на 157 тыс. руб. или на 0,6 %. Показатель материалоемкости в 2016 году увеличился на 0,05 руб. или на 9,2 %. Уровень прибыли,

приходящейся на рубль материальных затрат, в 2016 году снизился на 0,068 руб. и составил 0,066 руб. Все эти изменения позволили сделать вывод о неэффективном использовании материальных ресурсов организации за 2016-2017 гг.

С целью достижения полной обеспеченности материальными ресурсами организации и повышения эффективности их использования были предложены мероприятия:

– изыскание возможности приобретения материальных ресурсов у отечественных поставщиков, что позволит существенно снизить расходы на приобретение и доставку необходимых импортных материалов по договорам;

– формирование в отделе материально-технического снабжения эффективной системы управления материальными ресурсами и потоками (использование ABC-анализа), что позволит достичь своевременного и полного обеспечения запланированной программы производства необходимыми видами материальных ресурсов;

– применение автоматизированной системы по управлению материальными ресурсами (системы MRP, CRP, ERP, DRP), которая позволит повысить инвестиционную привлекательность предприятия;

– замена дорогих видов сырья и материалов на менее дорогие, но не уступающие им по качеству и техническим характеристикам, что приведет к снижению материальных затрат;

– замена винтового компрессора на новый, менее энергоемкий и более мощный KAESER DSD-171;

– приобретение и установка дробелитейной машины №46172 для производства дробы из отходов собственного производства.

Таким образом, реализация рассмотренных предложений позволит улучшить финансовые результаты деятельности ОАО «Гомельский литейный завод «Центролит» и его инновационную активность на основе полной обеспеченности и роста эффективности использования материальных ресурсов.

Список использованной литературы

1 Белозерова, О. И. Факторы формирования и управления инновационным потенциалом предприятия / О. И. Белозерова // Russian Journal of Management. – 2017. – № 3. С. 437-443.

2 Русакова, Е. А. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия: учеб. пособие / Е. А. Русакова. – СПб.: Питер, 2017. – 224 с.

Н. А. ЯЩУК

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **К. В. Кривицкая,**

канд. экон. наук, доц.

АНАЛИЗ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ

Улучшение финансового состояния организации зависит от эффективного и рационального использования имеющихся трудовых ресурсов.

Проведение анализа обеспеченности организации трудовыми ресурсами следует рассматривать как составную часть экономического анализа использования персонала организации, целью которого является обеспечение руководства своевременной и полной информацией о влиянии данного фактора на результаты деятельности организации. Проведение анализа обеспеченности организации трудовыми ресурсами необходимо в первую очередь для целей управления, т.е. ориентировано на внутренние нужды организации. Под анализом обеспеченности организации трудовыми ресурсами для целей управления ими необходимо понимать систему комплексного анализа, включающую цель его проведения,

показатели и методику их расчёта, обеспечивающих оценку эффективности деятельности по обеспечению организации квалифицированным персоналом, сформированную информационную базу и результатом которого является обоснование принимаемых управленческих решений.

Информационной базой для целей проведения анализа обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами является информация о списочной, явочной, среднесписочной численности персонала, обеспечивающая количественную характеристику имеющихся трудовых ресурсов.

Проведение анализа обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами включает следующие взаимосвязанные блоки:

- анализ обеспеченности трудовыми ресурсами по их категориям;
- анализ качественного состава персонала с учетом имеющегося уровня квалификации;
- анализ структуры и динамики движения персонала.

При проведении анализа обеспеченности трудовыми ресурсами по их категориям следует рассмотреть показатель среднесписочной численности, который исчисляется путем суммирования списочной численности работников за календарные дни месяца (в том числе праздничные (нерабочие) и выходные дни) и деления полученной суммы на число календарных дней месяца [1].

Обеспеченность трудовыми ресурсами можно установить посредством сопоставления фактического их наличия с учетом категорий и профессий с плановыми данными.

В процессе анализа качественного состава персонала с учетом имеющегося уровня квалификации особое внимание следует полученным данным об обеспеченности кадрами высокой квалификации и наиболее важными профессиями.

При анализе административно-управленческого персонала необходимо убедиться в соответствии фактического уровня образования каждого работника занимаемой должности, так же проанализировать вопросы, связанные с подбором и подготовкой кадров и повышением их квалификации.

При анализе структуры и динамики движения персонала следует изучить текучесть кадров как основной показатель, отражающий динамику трудовых ресурсов предприятия. Рост данного показателя приводит к снижению стабильности персонала предприятия. В то время как его снижение обеспечивает значительный экономический эффект и формирует у работников чувство финансовой стабильности, что способствует повышению производительности труда в организации.

Для характеристики движения рабочей силы рассчитывают и анализируют динамику следующих показателей [2]: коэффициента оборота по приему рабочих, коэффициента оборота по выбытию; коэффициента текучести кадров; коэффициента постоянства состава персонала предприятия.

Для целей управления трудовыми ресурсами организации важными являются не только данные полученные в результате проведенного анализа текучести кадров, но и причины их вызвавшие. Таким образом, важным является проведение анализа причин текучести и установление наиболее серьезные из них, так как текучесть кадров приводит к большим потерям ресурсов и снижает эффективность производства.

Основными причинами текучести кадров могут являться:

- перемена места жительства;
- неудовлетворенность размером заработной платы, профессией;
- неблагоприятные условия и режим работы;
- отдаленность жилья от места работы;
- другие причины.

Противодействию текучести кадров способствует разработка мероприятий по укреплению трудовой дисциплины, повышению квалификации работников и форм поощрения, по эргономике рабочих мест сотрудников.

В процессе анализа изучают изменения в составе работников по следующим признакам: возраст, стажа работы, образование т.д. Эти признаки, чаще всего, определяют квалификационный уровень работников.

Составной частью анализа является изучение возрастной структуры работников. Традиционным показателем трудовых ресурсов считается средний возраст, однако этот показатель не достаточно информативен. Гораздо более продуктивно представление возрастной структуры путем группировки. Также анализируется половая структура работающих, т.е. процентное соотношение мужчин и женщин.

Напряжение в обеспечении предприятия трудовыми ресурсами может быть уменьшено за счет более полного использования имеющейся рабочей силы, роста производительности труда работников, интенсификации производства, комплексной механизации и автоматизации производственных процессов, внедрения новой, более производительной техники, совершенствования технологии и организации производства.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что показатели обеспеченности предприятия работниками при изолированном их рассмотрении не характеризуют степень их использования и, естественно, не могут являться факторами, непосредственно влияющими на объем выпуска продукции. Результаты анализа обеспеченности организации трудовыми ресурсами информируют руководство о потребности в трудовых ресурсах, раскрывают качественный состав персонала, выносят на рассмотрение проблему текучести кадров.

Список использованной литературы

1 Указания по заполнению в формах государственных статистических наблюдений статистических показателей по труду: постан. М-ва стат-ки и анализа Респуб. Беларусь от 29 июля 2008 г., №92 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2002. – Дата доступа: 14.01.2019.

2 Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учеб. / Г.В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2007. – 696 с.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

М. В. АНДРУХОВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Федосенко,**

канд. экон. наук, доц.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РЫНКА ЛИЗИНГА БЕЛАРУСИ

Деятельность лизинговых компаний оценивается по ряду показателей: коэффициенту финансового левериджа, коэффициенту рентабельности капитала, коэффициенту рентабельности активов, индексу концентрации.

В таблице 1 приведены обобщающие показатели топ-10 участников рейтинга по коэффициенту финансового левериджа [1]. Из данных таблицы 1 видно, что организация «Агрофинанс» занимает лидирующее место по данному показателю (0,97), что говорит о высокой степени эффективности использования собственного капитала.

Таблица 1 – Показатели топ-10 участников рейтинга по коэффициенту финансового левериджа

№ п/п	Наименование организации	Значение
1	Агрофинанс	0,97
2	РЕСО-БелЛизинг	1,95
3	Промагролизинг	2,11
4	Агролизинг	2,67
5	АСБ Лизинг	4,68
6	Астра-Лизинг	4,87
7	ПриватЛизинг	5,27
8	ЦЕНТРОИМПОРТ	6,69
9	Микро Лизинг	6,7
10	Райффайзен-Лизинг	7,15

Коэффициент рентабельности капитала показывает отношение чистой прибыли к собственному капиталу. Именно анализ рентабельности капитала позволяет оценить, насколько эффективно вложены денежные средства организации. В таблице 2 отображены показатели топ-10 участников рейтинга по коэффициенту рентабельности капитала.

Таблица 2 – Показатели топ-10 участников рейтинга по коэффициенту рентабельности капитала

№ п/п	Наименование организации	Значение, %
1	Открытая линия	102,37
2	ПриватЛизинг	75,75
3	А-Лизинг	67,02
4	Риетума Лизинг	65,83
5	Лизинг-Ресурс	64,15
6	Агролизинг	50,21
7	Райффайзен-Лизинг	48,12
8	АВАНГАРД ЛИЗИНГ	40,51
9	Статус лизинг	39,38
10	Подъемные технологии	34,72

Анализируя значения коэффициентов рентабельности капитала, приведенных в таблице 2, можно сказать, что организация «Открытая линия» занимает лидирующее место (102,37%). Высокий показатель рентабельности говорит о высокой прибыли на единицу вложенного капитала и является положительной характеристикой. Коэффициент рентабельности активов позволяет проанализировать финансовую надежность, кредитоспособность, инвестиционную привлекательность организации путем вычисления размера прибыли на каждую вложенную денежную единицу. В таблице 3 приведены показатели топ-10 участников рейтинга по коэффициенту рентабельности активов.

Таблица 3 – Показатели топ-10 участников рейтинга по коэффициенту рентабельности активов

№ п/п	Наименование организации	Значение, %
1	ПриватЛизинг	5,232
2	Агролизинг	5,162
3	РЕСО-БелЛизинг	3,402
4	Астра-Лизинг	2,566
5	А-Лизинг	2,113
6	Открытая линия	2,095
7	АВАНГАРД ЛИЗИНГ	1,963
8	Агрофинанс	1,951
9	Промагролизинг	1,909
10	Райффайзен-Лизинг	1,901

В целом, рентабельность активов отображает результативность и доходность от управления активами, а, следовательно, чем он выше, тем лучше. Если коэффициент начал снижаться, значит один из активов (внеоборотных или оборотных) не приносит достаточного вклада в доход организации [2].

Индекс концентрации (CR), который характеризует долю нескольких ведущих компаний на рынке, дает более полную картину рынка. Как показало исследование, по итогам 2017 года лидерами рынка являются четыре компании: Промагролизинг, АСБ Лизинг, Райффайзен-Лизинг и ПриватЛизинг. Индекс концентрации для четырех крупнейших компаний рынка [1]:

$$CR4 = 23,85 \% + 8,96 \% + 12,10 \% + 15,01 \% = 59,92 \% \quad (1)$$

где: CR4 – индекс концентрации для четырех компаний;
 23,85 % – доля Промагролизинг в общем объеме рынка;
 8,96 % – доля АСБ Лизинг в общем объеме рынка;
 12,10 % – доля Райффайзен-Лизинг в общем объеме рынка;
 15,01 % – доля ПриватЛизинг в общем объеме рынка.

По данному параметру группа лидирующих компаний приблизилась к порогу уровня доминирования на рынке. Поскольку лидирующие компании работают в различных сегментах рынка, говорить о монополизации рынка преждевременно. В прошлом году индекс концентрации рассчитывался для трех компаний и составил 43,74 %. Налицо тенденция, при которой половина или большая часть рынка находится под контролем 3-4 лидирующих компаний. Однако индекс концентрации не учитывает особенности рыночной структуры всей отрасли, кроме того, и среди лидеров рынка может быть различное распределение долей. Индекс концентрации применяется в качестве дополнительного параметра совместно с другими показателями.

Список использованной литературы

1 Шиманович, С.В. Белорусский рынок лизинга. Обзор 2017 г. / С.В. Шиманович, А. И. Цыбулько. – Минск: УП «Энциклопедикс», 2018.

2 Официальный сайт Министерства Финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Мин-во фин-сов Респуб. Беларусь. – 2019. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by>. – Дата доступа 05.02.2019.

Н. И. АРАБЕЙ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **В. П. Герасенко,**

д-р экон. наук, проф.

СИСТЕМА СТРАХОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

При осуществлении предпринимательской деятельности субъекты хозяйствования сталкиваются с различными видами рисков, в том числе с инвестиционными рисками. В целях уменьшения рисков от вложения инвестиций в финансово-хозяйственную деятельность организации, успешной реализации инвестиционных проектов используется механизм страхования рисков.

Для экономического роста Республики Беларусь важным является повышение эффективности производства путем вложения инвестиций в реальный сектор экономики. Как показывает зарубежный опыт, без крупных капиталовложений в стратегические сферы экономики экономический рост практически невозможен (не менее 1/3 ВВП должно формироваться за счет сбережений и инвестиций) [1]. В настоящее время темпы роста капиталовложений в жилищное строительство опережают капиталовложения в производственные объекты.

Таблица 1 – Динамика ВВП в Республике Беларусь в 2008 – 2017 гг.

В миллионах рублей

Показатель	Год								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ВВП в текущих ценах – всего	14 209	17 047	30 725	54 762	67 069	80 579	89 910	94 949	105 199
Инвестиции в основной капитал	4 338	5 538	9 867	15 444	20 958	22 527	20 715	18 710	21 034
Удельный вес инвестиций в ВВП, %	30,52	32,49	32,11	28,20	31,25	27,96	23,04	19,71	19,99

Примечание: источник [2].

Несмотря на рост валового внутреннего продукта (таблица 1) инвестиции в основной капитал составляют менее 1/3 валового внутреннего продукта [2]. В настоящее время государство не располагает достаточными финансовыми ресурсами для инвестирования в приоритетные направления экономики Республики Беларусь, что в целом сдерживает процесс структурных преобразований, не способствует повышению конкурентоспособности отечественного товаропроизводителя.

На развитие и регулирование страховой деятельности оказывают влияние участники страхового рынка. В Республике Беларусь к ним относятся Белорусская ассоциация страховщиков, РУП «Белорусская национальная перестраховочная организация», страховые организации и страховые посредники.

На 1 января 2018 года в Республике Беларусь действовало 18 страховых организаций, из них 13 осуществляло страхование предпринимательского риска. Удельный вес по страхованию предпринимательских рисков в общем объеме взносов у большинства страховых организаций составляет не более 12 %, у РУП «Белэксимгарант» – 73 %.

Наличие посредников в сфере страхования свидетельствует о хорошем уровне развития страхового рынка. В качестве посредников могут выступать страховые агенты и страховые брокеры.

Страховым агентом может являться физическое или юридическое лицо, действующее от имени и по поручению страховщика в соответствии с предоставленными полномочиями, с целью продажи страховых продуктов. В Республике Беларусь на 21 декабря 2018 года количество страховых агентов составляло 335 организаций.

Посредническую деятельность по страхованию от своего имени на основании поручения страховой организации или страхователя либо одновременно каждого из них осуществляют страховые брокеры. Министерством финансов Республики Беларусь зарегистрирована 31 организация, осуществляющая функции страхового брокера.

Кроме того, страховые организации Республики Беларусь вправе заключать договоры перестрахования с 48 иностранными страховыми (перестраховочными) организациями. В основном договора заключаются с иностранными организациями из России, реже с организациями из Словакии, Великобритании, Чехии, Узбекистана, Австрии, Азербайджана, Польши, Казахстана, Киргизии [3].

Согласно проводимым исследованиям, услугами страховщиков пользуется незначительное количество юридических лиц, которые, в свою очередь, страхуют имущество на сумму, не превышающую в совокупности 5 % его общей стоимости. Из числа опрошенных 1/3 указывает на отсутствие достаточных денежных средств или объектов, нуждающихся в страховании, 1/4 не доверяет страховым организациям, 1/5 не видит смысла в страховании.

Одним из основных направлений по формированию эффективной системы страхования Республики Беларусь является взаимодействие национальной страховой системы с международным страховым рынком [4, с 38-42]. В то же время для обеспечения защищенности хозяйствующих субъектов, формирования долгосрочных ресурсов для экономики, а также создания условий для привлечения иностранного капитала необходимо интенсивнее развивать отечественный страховой рынок. Для этого необходимо:

- ввести обязательное страхование инвестиционных рисков на территории Республики Беларусь;
- за счет средств республиканского бюджета создать Фонд страхования инвестиционных рисков, который будет обеспечивать функции уплаты страховых взносов при осуществлении инвестиций по приоритетным направлениям национальной экономики.

Список использованной литературы

- 1 Ковалев, М.М. Инвестиционная активность в регионах Республики Беларусь и пути ее повышения / М.М. Ковалев, А.А. Шашко. – Минск: ООО «Банковское дело», 2009. – №2. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/13158>. – Дата доступа: 05.01.2019.
- 2 Статистический ежегодник, 2018 [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 05.01.2019..
- 3 Надзор за страховой деятельностью [Электронный ресурс] / Мин-во фин-сов Респуб. Беларусь. – 2019. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by>. – Дата доступа 05.01.2019.
- 4 Сплетухов, Ю.А. Страхование : учеб. пособие / Ю.А. Сплетухов, Е.Ф. Дюжиков. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 312 с.

Т. С. БАБИЧЕВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. С. Родионова**

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КАРТОЧНЫХ ПРОДУКТОВ БАНКА

Первоочередными направлениями развития и увеличения доходов банка в современных условиях должны стать направления, нацеленные на рост непроцентных доходов. Одним из источников такого роста в современных условиях может стать для банка более интенсивное развитие безналичных расчетов, операций с банковскими платежными карточками и прочими видами дополнительных банковских услуг.

Ключевыми направлениями развития системы безналичных расчетов по розничным платежам в 2016-2020 годах будут являться увеличение доли безналичных расчетов с использованием карточек и их реквизитов при осуществлении населением розничных платежей, а также применение современных технологий и способов оплаты.

Для реализации указанных целей в банковской сфере и в реальном секторе экономики страны необходимо стимулировать организации торговли (сервиса) и население к осуществлению расчетов за товары (работы, услуги) в безналичной форме, развивать программно-техническую инфраструктуру розничных безналичной платежей и др.

Развитие системы безналичных расчетов по розничным платежам с использованием карточек требует качественного преобразования эмиссионного рынка Республики Беларусь, предусматривающего:

– увеличение количества кобрендинговых карточек, совмещающих банковскую и дисконтную карточки. Их привлекательность для клиентов банка заключается в получении дополнительных бонусов и скидок, для банков - в увеличении клиентской базы и объема безналичных платежей;

– расширение линейки кредитных и дебетовых карточек, в том числе для конкретных категорий клиентов (школьники, студенты и т.п.) [1].

В целях развития банка необходимо, как одно из направлений, расширять и развивать линейку предлагаемых карточных продуктов, что позволит за счет роста ее привлекательности обеспечить сохранение лояльности клиентов.

В таблице 1 приведены наиболее перспективные направления развития имеющихся банковских продуктов (на примере ОАО «Белгазпромбанк»).

Таблица 1 – Карточные продукты банков Республики Беларусь и оценка перспектив их развития

Характеристика карточного продукта	Карты рассрочки	Кобрендинговые карты	Карты с кэш-бэком
1 Наличие у ОАО «Белгазпромбанк»	«Карта покупок»	Гапромнефть Белнефгестрах	Практически отсутствуют
2 Уровень конкуренции	Имеется у 4 банков. Фактически более конкурентоспособна – «Халва» ЗАО «МТБанк». Уровень конкуренции - низкий	Имеется более, чем у 5 банков. Уровень конкуренции - высокий	Имеется более, чем у 10 банков. Уровень конкуренции – очень высокий
3 Особенности продукта	Лояльные проценты	Дополнительные бонусы и баллы	–
4 Ключевые особенности продукта конкурента	Удобные переводы («Халва»)	Дополнительные бонусы и баллы	Широкие линейки бонусов
5 Недостатки продукта	Ограниченные переводы, слабо развита современная цифровая поддержка	Ограниченные переводы, слабо развита современная цифровая поддержка	–
6 Перспективы развития	Высокие	Умеренные	Вход на рынок очень дорог и рискован

Наиболее перспективным для ОАО «Белгазпромбанк» является развитие имеющейся у банка карты рассрочки «Карта покупок». В частности, ключевым конкурентом банка по данной карточке является кредитная карта рассрочки «Халва», отличающаяся заметно более высоким числом держателей. Такое положение ЗАО «МТБанк» обусловлено в первую очередь более интенсивным внедрением современных цифровых технологий, что наглядно представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Сравнение карты рассрочки «Карта покупок» ОАО «Белгазпромбанк» и карты «Халва»

Характеристика карточного продукта	«Карта покупок»	«Халва»
1 Возможность бесконтактного платежа	–	+
2 Возможность перевода с карты на карту	+ / –	+
3 Привязка в смартфону	–	–
4 Управление картой и контроль ее статуса через интернет-банк	+	+
5 Интеграция с картами и системами других банков	–	+ / –
Итого	1,5 / 5 (30 %)	3,5 / 5 (70 %)

Уровень развития карточного продукта «Карта покупок» ЗАО «Белгазпромбанк» составляет на сегодняшний день около 30 %. По сравнению с более развитым продуктом – картой «Халва» – «Карта покупок» уступает по следующим позициям:

- до сих пор не внедрена система бесконтактных платежей;
- возможность перевода средств с карты на карту реализована только через интернет-банк, причем ЗАО «МТБанк» успешно внедряет сервис «Переводы с карты на карту» (perevod.mtbank.by), что является очень перспективным направлением развития, так как позволяет пополнять карту рассрочки банка путем перевода средств с карт других банков. Поэтому в целях развития операций с карточкой «Карта покупок» ОАО «Белгазпромбанк» предлагается:

- организовать выпуск данной карты с возможностью осуществления бесконтактного платежа, не изменяя стоимость эмиссии карты для клиента;
- развить собственную систему перевода с карты на карту по аналогии с ЗАО «МТБанк», дополнив ее следующим усовершенствованием:
 - заключить с банками, не имеющими собственных карт рассрочек, соглашение о сотрудничестве, в рамках которого в личном кабинете пользователей интернет-банка и приложений для мобильных телефонов этих банков будет интегрирована «Карта покупок» с возможностью перевода средств с карт данных банков на «Карту покупок» без комиссии;
 - ОАО «Белгазпромбанк» будет возмещать потерю комиссионных сборов банков-партнеров за счет доходов, получаемых от использования «Карты покупок».

Реализация такого подхода позволит привлечь новых клиентов-пользователей «Карты покупок», так как для ее использования у них не будет необходимости открывать дополнительную зарплатную или иную карточку, сохраняя имеющуюся карточку своего банка. При этом они смогут использовать «Карту покупок» и легко переводить на нее деньги со своих зарплатных счетов, открытых в собственных обслуживающих банках. Реализация такого подхода позволит банку увеличить число клиентов – держателей карты и чистый непроцентный доход.

Список использованной литературы

1 Стратегия развития цифрового банкинга в Республике Беларусь на 2016 – 2020 годы: постан. Правления Нац. банка Респуб. Беларусь от 02.03.2016 г., № 108 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Нац. банка Респуб. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/Legislation/documents/DigitalBankingStrategy2016.pdf>. – Дата доступа: 27.01.2019.

Я. В. ВАНКЕВИЧ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Е. Ф. Киреева,**

д-р экон. наук, проф.

КРИПТОВАЛЮТЫ КАК ФАКТОР ЦИФРОВИЗАЦИИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Банковский сектор – стремительно развивающаяся отрасль экономики. Банки как субъекты финансового сектора страны не могут оставаться в стороне от нововведений, которые могут перевернуть всю финансовую сферу. Таким нововведением является блокчейн, как следствие, криптовалюта. Всемирный банк рассматривает блокчейн как инструмент, который может помочь вернуть и укрепить доверие к финансовым учреждениям, которое значительно снизилось по всему миру за последние годы.

Криптовалюта – разновидность цифровой валюты, создание и контроль за которой базируются на криптографических методах.

Криптовалюта представляет собой:

– альтернативную валюту, призванную заменить (дополнить) традиционную валюту;

– электронную валюту, т. е. валюту, существующую только в виде записей в электронных базах данных. Криптовалюты не имеют наличной формы, а выпускать электронные деньги имеют право банки и неанквские кредитно-финансовые организации; [1, с. 39]

– децентрализованную валюту, т.е. у нее отсутствует единый эмиссионный центр и единый регулятор, управляющего криптовалютой.

Криптовалюты создаются обычно на базе системы распределенных реестров, которые функционируют по принципу блокчейн с ограниченным количеством токенов – криптовалют. [1, с. 40] Данная технология – новое финансово-экономическое явление, которое охватывает и способно перевернуть всю финансовую сферу.

На данный момент банки проявляют особую осторожность на рынке криптовалют, ограничиваясь лишь экспериментальными проектами. Так, в Республике Беларусь первая банковская форекс-площадка MTBankFX запустила в мае 2018 года новый для Беларуси торговый инструмент – биткоин против доллара США, и тем самым открыла возможность без уплаты налогов зарабатывать на росте либо на падении самой популярной криптовалюты. [2]

Рынок криптовалют является новым направлением развития банковской системы, соответственно, нет известного и безрискового пути для реализации подобных проектов. Банкам приходится сложнее, чем другим, так как для них существует множество ограничений. Нормативная база, обязательства перед акционерами и репутация – факторы, существенно сдерживающие прогресс и не дающие банкам произвести настоящий взрыв в блокчейн-пространстве.

Известно, что в Беларуси созданы уникальные для мира условия для регулирования сферы криптовалют: как для граждан, так и для компаний и инвесторов в этой сфере. Сделки с криптовалютами в республике являются самыми безопасными в мире, а право осуществлять их имеют только резиденты Парка высоких технологий (далее – ПВТ).

В марте 2018 года вступил в силу Декрет №8 «О развитии цифровой экономики». На данный момент в Беларуси разрешено обменивать токены, майнить их, продавать и покупать за белорусские рубли, иностранные валюты и электронные деньги. Более того, можно дарить и завещать токены, а деятельность по майнингу, покупке и продаже

криптовалют не считается предпринимательством. Декларировать токены и доходы от операций с ними нет необходимости, также как и платить налоги до 1 января 2023 года.

За 2018 год ПВТ были разработаны детальные правила деятельности компаний криптосферы. В опубликованных документах содержится перечень требований, предъявляемых к различным бизнесам, связанным с криптовалютами и ICO. Это «Требования к оператору криптоплатформы», «Требования к заявителям», «Требования к оператору обмена криптовалют», «Требования к организатору ICO», а также «Требования к правилам внутреннего контроля» [3]. Требования были разработаны администрацией ПВТ совместно с Национальным банком страны, Департаментом финансового мониторинга Комитета госконтроля и международными экспертами.

Таким образом, правовое регулирование криптовалютного сектора в Беларуси завершено и стало первым практическим шагом на рынке криптовалют республики.

Установление на государственном уровне в Республике Беларусь правил использования криптовалют позволит внедрить этот инструмент в национальную экономику, что позволит теснее интегрироваться в глобальную цифровую экономику. Взвешенный подход к криптовалютному законодательству и легализация криптовалюты открыли перспективы по привлечению зарубежных инвестиций, что станет одним из направлений в экономическом развитии страны. Одним из наиболее выгодных проектов в данной сфере будут проекты по постройке дата-центров для майнинга криптовалюты на территории Китайско-белорусского индустриального парка «Великий камень» или майнинг-фермы в районе АЭС.

Как любая инновация, криптовалюты несут риски, в том числе из-за нелегальной деятельности, но эта же технология предлагает революционные возможности. Многие правительства видят в криптовалютах потенциал, поэтому все больше компаний, сервисов и производителей обращаются к биткоину, находя в этом активе высокодоходные инвестиционные перспективы, или же перспективы диверсификации и хеджирования валютных рисков. Есть ряд стран с продуманной и взвешенной экономической политикой, которые уже легализовали в том или ином формате оборот криптовалюты, например, Япония и Финляндия [4].

Легализация в Беларуси криптовалют позволит организовать лучшие команды программистов страны и дать им высокоинтеллектуальную и доходную работу. У Республики Беларусь есть возможность создать высококвалифицированные и узкоспециализированные команды программистов и направить их на разработку новых финансово-экономических и юридических децентрализованных технологий.

Банкам предстоит еще многое сделать, чтобы трансформировать свои бизнес-модели. Они должны эволюционировать, поскольку общество меняется, и потребности населения растут. Если для этого требуется взять на вооружение криптовалюты, то они должны сделать все максимально корректно. Ближайшие несколько лет будут показательными для выстраивания взаимоотношений между крипторынком и банками.

В Национальном банке Республики Беларусь подчеркивают, что «реализация инноваций на банковском рынке позволит стимулировать восприимчивость национальной экономики к глобальным процессам цифровизации и задействовать неиспользуемый потенциал экономического роста» [5]. Инновационные решения позволят обеспечить повышение эффективности работы финансового сектора в частности и экономики в целом. Поэтому внедрение и развитие инновационных банковских продуктов должно найти отражение в стратегиях всех банков.

У Беларуси есть все необходимые предпосылки для дальнейшей реализации цифрового потенциала и ускорения темпов цифровизации. Новые технологии повлияют на развитие бизнеса и государственного управления, рост качества жизни, появление новых форм социализации людей и их коммуникаций. В целом цифровизация создаст положительный эффект и приведет к общему росту экономики страны.

Таким образом, возможности блокчейн-пространства должны быть максимально адаптированы под отечественную банковскую систему. В данном направлении Республика Беларусь сделала первый шаг, создав правовую базу. Следующим шагом должно стать создание на этой базе конкретных банковских продуктов, например, организация купли-продажи криптовалют по кредитным картам. Беларусь имеет все шансы стать одной из ведущих стран на рынке криптовалют, однако для этого необходимо предпринимать гораздо более решительные шаги.

Список использованной литературы

- 1 Лузгина, А. Криптовалюты: сущностные характеристики и практические аспекты / А. Лузгина // Банковский вестник. – №9. – 2018. – С. 39-49.
- 2 Впервые в Беларуси: МТBankFX предлагает инвестировать в биткоины // Myfin.by [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/10972-vpervye-v-belarusi-mtbankfx-predlagaet-investirovat-v-bitkoiny>. – Дата доступа: 16.01.2019.
- 3 Беларусь: Парк высоких технологий окончательно регламентировал криптовалюты // Coinspot.io [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: https://coinspot.io/law/russia_sng/belarus-park-vysokih-tehnologij-okonchatelno-reglamentiroval-kriptovalyuty. – Дата доступа: 11.01.2019.
- 4 Blockchain is Reshaping the Banking Sector // Medium [Electronic resource]. – 2018. – Access mode: <https://medium.com/universablockchain/blockchain-is-reshaping-the-banking-sector-fd84f2f9c475>. – Access date: 18.01.2019.
- 5 Национальный банк ускорит цифровую трансформацию банковского сектора / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2005. – Режим доступа: <http://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2017/august/25371>. – Дата доступа: 18.01.2019.

С. В. ЕФИМЕНКО

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **В. П. Герасенко,**

д-р экон. наук, проф.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью деятельности любого коммерческого банка является максимизация полученных доходов от операций, минимизация рисков возможных потерь и банкротства. Основным показателем, демонстрирующим успешное функционирование коммерческого банка, является финансовая устойчивость. Понятие «финансовая устойчивость» в настоящее время имеет много толкований. Но, по нашему мнению, финансовая устойчивость банка – это устойчивость его финансового положения в долгосрочной перспективе. Она отражает такое состояние финансовых ресурсов, при котором коммерческий банк, свободно маневрируя денежными средствами, способен обеспечить бесперебойный процесс осуществления своей экономической деятельности.

На современном этапе деятельности коммерческих банков наблюдается тенденция к универсализации. Это объясняется влиянием конкуренции. В условиях жёсткой конкуренции, каждый банк, для повышения эффективности, вынужден разрабатывать собственную методику своей деятельности и функционировать в соответствии со сложившимися условиями на межбанковском рынке. В рамках данной тенденции изменяется концепция взаимоотношений банков с клиентами, создаются принципиально новые направления банковского дела, и увеличивается предложенный банками для своих клиентов перечень услуг.

Каждый банк сталкивается с проблемами повышения своей финансовой устойчивости и необходимостью их решения. Принято считать, что устойчивость банка может

повышаться двумя путями: во-первых, коррекцией структуры источников финансирования в направлении увеличения более ликвидных активов, и уменьшения кредиторской задолженности и, во-вторых, за счет избавления от неработающих активов и ускорения оборачиваемости работающих.

Финансовая устойчивость белорусских банков включает расчёт и динамику следующих показателей [1, с. 207-209]:

Таблица 1 – Динамика показателей финансовой устойчивости

В процентах

Показатели	По состоянию на:		
	01.07.2017 г.	01.01.2018 г.	01.07.2018 г.
Отношение необслуживаемых кредитов и займов за вычетом созданных резервов к капиталу	35,7	37,2	12
Отношение необслуживаемых кредитов и займов к совокупным валовым кредитам и займам	13,7	12,9	3,7
Норма прибыли на активы	1,9	1,8	1,9
Норма прибыли на собственный капитал	13,6	12,1	12,6
Отношение ликвидных активов к совокупным активам (коэффициент ликвидных активов)	24,8	27,4	14,8
Отношение валютных обязательств к совокупным обязательствам	70,2	67,6	66,2

Вплоть до 2018 года устойчивость банковской системы страны снижалась. Так, за отчётный период отношение необслуживаемых кредитов и займов за вычетом созданных резервов к капиталу в среднем по системе снизилось. Уменьшилось и отношение необслуживаемых кредитов и займов к совокупным валовым кредитам и займам. Норма прибыли банков на активы на конец отчётного периода аналогична первоначальному значению. Норма прибыли на собственный капитал также обновила минимум на 1 июля 2018 года. Отношение ликвидных активов к совокупным активам (коэффициент ликвидных активов) сильно снизился на 1 июля 2018 года, несмотря на первоначальный рост в конце 2017 года. Сохраняется высокая долларизация обязательств банков, несмотря на незначительное снижение отношения валютных обязательств к совокупным обязательствам системы за отчётный период.

Ситуация с финансовой устойчивостью остаётся сложной, но неоднозначной. Увеличение в 2018 году активов, подверженных кредитному риску, отрицательно влияет на финансовую устойчивость в настоящее время, однако способствует получению большего дохода благодаря кредитованию клиентов [2, с. 30-41].

На устойчивость банковской системы влияют банки с повышенной долей собственности государства (государственные банки). Происходит это благодаря директивному кредитованию. Директивное кредитование благоприятствует развитию инвестиционного процесса, но вместе с тем приводит к накоплению ряда дисбалансов и нарастанию издержек, среди которых – значительная сегментация кредитного рынка, удорожание кредитов, усиление стимулов к долларизации, ухудшение доступа частного сектора к кредитам, субсидирование убыточных предприятий [3, с. 16].

Для реформирования директивного кредитования следует передать Банку развития контроль над реализацией директивного кредитования и классического института развития по финансированию направлений, не охваченных коммерческими банками.

Кроме того, на развитие финансового рынка влияет недостаток небанковских организаций. Неравномерное развитие финансового сектора привело к монополизации коммерческими банками большей части рынка. Решением данной проблемы может стать разграничение сфер деятельности банков и иных субъектов финансового рынка, а введение единой электронной информационно-торговой площадки для работы

с необслуживаемыми активами позволит банкам уменьшить объём резервирования и снизить участие в небанковских операциях на финансовом рынке [4].

Минимизация кредитного риска осуществляется благодаря страхованию риска. В отличие от тенденций развития мирового страхового рынка, для которого характерна интеграция банковского и страхового капитала, в Республике Беларусь лишь 3 банка из 24 действующих имеют в своем составе страховые компании [5, с. 12]. Происходит это из-за наличия факторов, сдерживающих его эффективное развитие. Основой процесса совершенствования страховой деятельности должна стать либерализация рынка страхования, предполагающая исключение излишних административных барьеров и укрепление деловой инициативы, способствующей становлению конкуренции.

Подводя итог, для повышения финансовой устойчивости банков следует:

- реформировать директивное кредитование;
- распределить государством ответственность между банками и иными субъектами на финансовом рынке;
- снизить административные барьеры для развития страхования банковских рисков.

Список использованной литературы

1 Финансовые показатели деятельности банков Республики Беларусь // Статистический бюллетень № 11 (233). – Минск, 2018. – С. 207-209.

2 Активы, подверженные кредитному риску: Банковский сектор Республики Беларусь 01.01.2018 г. – Минск: Главное управление банковского надзора, 2018. – С. 30-41.

3 Директивное кредитование и деятельность Банка развития: постан. С-та Мин-ов Респуб. Беларусь от 29.03.2017, №229/6. – Минск, 2017. – 16 с.

4 В Беларуси подготовлен проект указа по работе с проблемными активами / Белорусское телеграфное агентство (БЕЛТА). [Электронный ресурс]. – Минск, 2019. – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/v-belarusi-podgotovlen-proekt-ukaza-po-rabote-s-problemnymi-aktivami-334056-2019>. – Дата доступа: 26.01.2019.

5 Обеспечение финансовой стабильности: итоги 2016 г., вызовы и пути решения в 2017 г. // Банковский вестник. – Январь 2017. – 12 с.

А. М. ЖУКЕВИЧ, А. А. СИДОРОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников,**

д-р физ.-мат. наук, проф.

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Кредитование клиентов – одна из центральных операций любого коммерческого банка, которая в условиях правильно разработанной кредитной политики и грамотного управления кредитным портфелем определяют его основную прибыль. Другим значимым активом банка являются ценные бумаги сторонних эмитентов, формирующие его инвестиционный портфель. Вложения в них не только обеспечивают ликвидность, но и наряду с кредитованием приносят высокий доход. В связи с отмеченным, представляет практический интерес не только проблема соотношения кредитного и инвестиционного портфелей, теоретические аспекты которой достаточно хорошо разработаны, но и количественные оценки связи прибыли банка с объемами кредитования и инвестирования.

Методика моделирования такого взаимодействия направлена на преодоление целого ряда возникающих в процессе моделирования проблем. Первая из них связана

со спецификой исходных данных, которые представлены короткими временными рядами с явно выраженными тенденциями (в работе используются временные ряды длины 11, и увеличить их объем не представилось возможным). Четкие возрастающие тренды во временных рядах приводят к искажению результатов моделирования и их интерпретации ввиду проявлений ложной корреляции и ложной регрессии. Такое искажение выражается, в частности, в преувеличении степени коррелированности уровней рядов, завышении коэффициента детерминации, а также в неэффективности оценок параметров регрессии. Кроме того, малый объем динамических рядов не позволяет использовать модели авторегрессии с распределенными лагами (необходимость внедрения в исследование таких моделей связана с тем, что влияние объемов кредитования и инвестирования на результат работы банка происходит не сразу, а с определенным запаздыванием во времени, поэтому прибыль коммерческого банка связана не только со значениями объемов кредитования и инвестирования текущего года, но и с их значениями в предыдущие годы).

К другим проблемам, возникающим в процессе моделирования взаимосвязи чистой прибыли банка с объемами кредитования и инвестирования, следует отнести коллинеарность экзогенных переменных и автокорреляцию в остатках моделей. Все это, естественно, требует внесения определенных изменений и дополнений в традиционную методологию эконометрического моделирования.

Исследование проводится на примере четырех банков, занимающих лидирующие позиции в рейтинге белорусской банковской системы: ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк», ОАО «Приорбанк» и ОАО «Банк Москва-Минск».

Информационную базу исследования составляют взятые из [1] данные названных банков об объемах кредитования (X), вложениях в ценные бумаги (Z) и полученной чистой прибыли (Y) в период с 2007 по 2017 годы (до 2006 года данные показатели на официальном сайте Национального банка Республики Беларусь не зарегистрированы).

Ввиду четкой интерпретации параметров регрессии в начале эконометрического моделирования выбираются линейная форма $Y = a_0 + a_1X + a_2Z + \varepsilon$ и степенная функция Кобба-Дугласа $Y = a_0X^{a_1}Z^{a_2}\varepsilon$. Применение степенной функции связано также с рассмотрением коммерческого банка как предприятия, производящего процентные деньги (в качестве факторов такого производства выступают кредиты и вложения в ценные бумаги).

Анализ четырех построенных линейных моделей с ненулевым свободным членом отмечает их невысокое общее качество: 1) имеет место низкий коэффициент детерминации (кроме ОАО «АСБ Беларусбанк» и ОАО «Приорбанк»); 2) нет статистической значимости модели в целом; 3) модели обладают коэффициентами регрессии, которые не являются статистически значимыми. Что касается линейных моделей с нулевым свободным членом, то они обладают несколько более высоким качеством (по крайней мере, все они имеют достаточно высокий коэффициент детерминации и статистически значимы в целом).

Чуть более высоким качеством обладают построенные степенные регрессионные модели. Об этом говорят, в частности, показатели статистической значимости параметров модели и показатели статистической значимости аппроксимирующей функции в целом.

В связи с недостаточным качеством построенных моделей и проявлением в них автокоррелированности остатков методика моделирования связи чистой прибыли банка с объемами кредитования и инвестирования требует определенной корректировки. Прежде всего, речь идет об исключении тенденций из уровней временных рядов. Для этого применяются метод отклонений от тренда и метод включения в модель фактора времени. Применение метода отклонений от тренда по всем четырем анализируемым банкам показывает, что оцененные по исходным данным коэффициенты линейной

корреляции и коэффициенты детерминации действительно являются завышенными. Их реальные значения несколько ниже: для двух из четырех банков эта связь является заметной, но не сильной.

Полезен для эконометрического анализа и метод включения в модель фактора времени. Суть его состоит (см., например, [2, с.260]) в построении модели вида $Y = a_0 + a_1X + a_2Z + a_3t + \varepsilon$. Существенным преимуществом ее является то, что коэффициенты регрессии при (X) и (Z) в ней характеризует «чистое» воздействие факторов кредитования и инвестирования на результирующую переменную (Y). Параметр при (t) в модели характеризует среднегодовой прирост прибыли независимо от изменения факторов (X) и (Z), т.е. обусловленный влиянием других факторов, не учитываемых в уравнении регрессии.

Как показывают эксперименты, не для всех анализируемых банков построенные модели обладают высокими прогностическими способностями. В некоторых моделях присутствует автокорреляция в остатках, что не позволяет использовать их в целях прогнозирования. Поэтому для устранения автокорреляции приходится применять на завершающих стадиях исследования обобщенный метод наименьших квадратов.

Полученные в работе результаты могут быть использованы для обоснования кредитной и инвестиционной политик банка и их согласования, а также для решения ряда практических задач, связанных с краткосрочным прогнозированием и стратегическим планированием. Они показывают, что, применяя методы регрессионного моделирования, наиболее полную информацию о влиянии на прибыль коммерческого банка объемных показателей кредитования и инвестирования в ценные бумаги можно только на основании комплексного подхода, т.е. на основании исследования нескольких регрессионных моделей, характеризующих изучаемый объект с разных сторон.

Список использованной литературы

1 Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by>. – Дата доступа: 20.11.2018.

2 Эконометрика: учебник для магистров / И.И. Елисеева [и др.]; под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 449 с.

А. Н. КИРИЧЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников,**

д-р физ.-мат. наук, проф.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЗАВИСИМОСТИ ПРИБЫЛИ ОТ ВЫРУЧКИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГОМЕЛЬСКАЯ МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА «ПРОГРЕСС»)

Для объективной оценки производственно-хозяйственной деятельности организации, соизмерения затрат и результатов на отдельных стадиях воспроизводственного процесса, а также в целях прогнозирования и планирования используются различные экономические показатели. При этом главную роль в системе таких экономических показателей играет прибыль.

Прибыль – это часть чистого дохода, созданного в процессе производства и реализованного в сфере обращения, которую непосредственно получают организации. Только после продажи продукции чистый доход принимает форму прибыли. Количественно она представляет собой разность между выручкой (после уплаты налогов) и полной себестоимостью реализованной продукции. Следовательно, чем больше организация

сможет реализовать рентабельной продукции, тем больше получит прибыли, т.е. существует прямая зависимость между выручкой и прибылью [1, с. 32].

В настоящей работе рассматриваются некоторые аспекты моделирования такой зависимости, связанные с выбором функциональной формы модели и оценкой ее качества: адекватности, точности и значимости.

Информационную базу исследования составляют взятые из [2] статистические данные ОАО «Гомельская мебельная фабрика «Прогресс» о выручке (x) и прибыли (y) от реализации продукции за 2006-2015 годы.

Применив обычный МНК к статистическим данным получаем линейную модель $y = -114,586 + 0,137x + \varepsilon$. Следует признать, что качество построенной модели является низким: свободный член уравнения не является статистически значимым (показатель «Р-Значение», равный 0,950, больше 0,05). Поэтому необходимо уточнение спецификации модели в виде линейной формы с нулевым свободным членом. На необходимость выбора линейной модели с нулевым свободным членом указывает также логический анализ зависимости прибыли от выручки от реализации продукции.

Уравнение модели с нулевым свободным членом имеет вид $y = 0,136x + \varepsilon$. Общее качество модели является относительно высоким: линейная связь фактора x с переменной y является весьма сильной (линейный коэффициент корреляции равен 0,984); коэффициент детерминации составляет 0,969 (изменения фактора (y) на 96,9 % объясняются изменением фактора (x)); уравнение регрессии статистически значимо в целом; коэффициент регрессии статистически значим.

В связи с введением в модель нулевого свободного члена необходимо проверить выполнимость первой модельной предпосылки. Для проверки гипотезы о равенстве нулю математического ожидания случайной переменной в работе сравниваются наблюдаемое и критическое значения t -статистики. Так как наблюдаемое значение меньше критического, то нулевая гипотеза о равенстве нулю математического ожидания случайной переменной принимается, а значит, первая предпосылка теоремы Гаусса-Маркова выполняется.

Для оценки прогностических способностей модели анализируется наличие автокорреляции в остатках, для чего используется статистика Дарбина-Уотсона. В нашем случае наблюдаемое значение DW -статистики составило 1,861 при пороговых значениях 0,88 и 1,32. Из этого следует, что в модели регрессии отсутствует автокорреляция в остатках, а значит, уравнение $y = 0,136x + \varepsilon$ может быть использовано в целях прогнозирования.

Учитывая, что на прибыль от реализации продукции влияют и другие существенные факторы, следует предположить, что оцененная выше связь фактора x с переменной y является завышенной. Во многом это связано с тем, что данные, составляющие статистическую базу настоящего исследования, представляют собой временные ряды.

Проведенный анализ показывает, что в исходных временных рядах присутствуют достаточно четкие возрастающие тренды, наличие которых часто приводит к искажению интерпретации результатов моделирования и требует, в частности, дополнительной проверки степени коррелированности уровней рядов. Для исключения тенденций из уровней временных рядов применяется метод отклонения от тренда (описание метода можно найти в [3]). Применяя к рядам отклонений (dy) и (dx) обычный МНК и моделируя их связь по линейной форме с нулевым свободным членом, получим уравнение $dy = 0,111dx + \varepsilon$. Отметим, что стандартная проверка первой модельной предпосылки показывает отсутствие смещения параметра регрессии.

Линейная связь фактора (dx) с (dy) является заметной (линейный коэффициент корреляции равен 0,690). Модель показывает, что при устранении тенденции

из исходных уровней временных рядов имеет место связь между остаточными величинами. Это означает, что значение коэффициента корреляции, равное 0,690, отражает реальную связь выручки от реализации продукции с прибылью от реализации. Оцененную выше связь выручки от реализации продукции с прибылью по исходным данным ввиду наличия тенденций во временных рядах следует признать искаженной (линейный коэффициент корреляции между (x_t) и (y_t) по исходным данным равен 0,984): изменения фактора (y) на 69 % объясняются изменением фактора (x) , т.е. выручка от реализации продукции является существенным, но не доминирующим фактором, определяющим величину прибыли от реализации.

Проведенные в работе эксперименты подтверждают наличие заметной связи между выручкой от реализации продукции и прибылью от реализации продукции, а также доказывают существование других существенных факторов. Описанная методика может быть применена и для моделирования их влияния на прибыль предприятия. В конечном итоге, результаты исследования могут быть использованы для формирования оптимальной системы управления прибылью организации.

Список использованной литературы

1 Мудунов, А. С. Показатели прибыли и рентабельности предприятия и их анализ / А. С. Мудунов, К. М. Цахаева // Вопросы структуризации экономики. – 2011. – №2. – С.31-34.

2 Итоги деятельности ОАО / Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by>. – Дата доступа: 12.12.2018.

3 Эконометрика: учеб. для магистров / И.И. Елисеева [и др.]; под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Юрайт, 2014. – 449 с.

В. А. КОВАЛЬЧУК

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников,**

д-р физ.-мат. наук, проф.

ОБ ОДНОМ МЕТОДЕ ЛИНЕЙНОГО РАНЖИРОВАНИЯ БАНКОВ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРИРОВАННОГО ПОКАЗАТЕЛЯ

Как известно, рейтинг – это метод сравнительной оценки деятельности нескольких социально-экономических объектов (партий, вузов, компаний, банков). В основе рейтинга лежит некоторая обобщенная характеристика, позволяющая ранжировать оцениваемые объекты по степени убывания определенного признака. Этот признак может отражать как отдельные стороны деятельности оцениваемых объектов, так и состояние их в целом.

В настоящее время в теории рейтингов сложилось несколько методологических подходов, опирающихся на интегрированные показатели. При их использовании линейное упорядочение объектов осуществляется в зависимости от значения интегрированного показателя. Для этих подходов разработаны соответствующие математические модели и приведены необходимые алгоритмы реализации таких моделей [1]. При этом построение результирующего критерия, как некоторой функции свертки отдельных нормированных показателей, чаще всего осуществляется с помощью некоторой сепарабельной функции. Чаще всего в качестве сепарабельной функции выбирается либо линейная функция вида (формула 1):

$$F(j) = p_1 m_{1j} + p_2 m_{2j} + \dots + p_n m_{nj}. \quad (1)$$

либо логарифмическая функция вида (формула 2):

$$F(j) = p_1 \ln(m_{1j}) + p_2 \ln(m_{2j}) + \dots + p_n \ln(m_{nj}), \quad (2)$$

где m_{ij} – значение i -го показателя для j -го объекта; p_i – вес (коэффициент важности) i -го критерия, $j = 1, 2, \dots, k$.

Отмеченные подходы обладают друг перед другом рядом преимуществ и недостатков. При этом главным недостатком многих подходов при построении результирующего критерия является субъективизм, проявляющийся в мнениях экспертов при оценке важности входящих показателей.

Другой подход, позволяющий избегать экспертных оценок и оценивать их с помощью одного интегрированного показателя, предложен в [2].

Сущность этого подхода в следующем. Пусть имеется некоторое множество $M = \{m_i | i = 1, 2, \dots, n\}$ финансовых и производственных показателей, которые характеризуют результаты деятельности предприятия за некоторый период времени, отражая его экономическое состояние. Так как множество (M) упорядочено по наименованию показателя, то его можно рассматривать как вектор n -мерного пространства.

Пусть теперь имеется k предприятий. Каждому j -ому предприятию, где $j = 1, 2, \dots, k$, ставится в соответствие вектор $M_j = (m_{1j}, m_{2j}, \dots, m_{nj})$, координаты которого – соответствующие выбранные показатели этого предприятия. Вектор M_j преобразуется в

вектор $M_j^1 = \left(\frac{m_{1j}}{\mu_1}, \frac{m_{2j}}{\mu_2}, \dots, \frac{m_{nj}}{\mu_n} \right)$, где $\mu_i = \sqrt{\sum_{j=1}^k m_{ij}^2}$ для всех $i = 1, 2, \dots, n$. Так как $\left| \frac{m_{ij}}{\mu_i} \right| \leq 1$,

то $(m_{1j}, m_{2j}, \dots, m_{nj})$ – точка единичного n -мерного куба для всех $j = 1, 2, \dots, k$.

Далее выбирается тестирующий вектор $T = (t_1, t_2, \dots, t_n)$. Значение координаты t_i ($i = 1, 2, \dots, n$) равно одному из значений $\frac{m_{i1}}{\mu_i}, \frac{m_{i2}}{\mu_i}, \dots, \frac{m_{ik}}{\mu_i}$, которое соответствует «лучшему» предприятию по i -ому экономическому показателю. Мера близости любого вектора Y к вектору T и рассматривается как мера близости к лучшим показателям. Такая мера и выбирается в качестве значения интегрированного показателя рассматриваемых предприятий.

Так как расстояние, равное нулю, характеризует состояние эталонного предприятия, а максимальное расстояние между точками единичного n -мерного куба равно \sqrt{n} , и поскольку коэффициент предпочтительнее иметь в диапазоне от 0 до 1, то окончательное значение интегрированного показателя имеет вид (формула 3):

$$K = 1 - \frac{|Y, T|}{\sqrt{n}}, \quad (3)$$

где Y – вектор нормированных параметров-показателей работы предприятия;

T – тестирующий вектор лучших нормированных параметров-состояний;

n – количество рассматриваемых показателей;

$|Y, T|$ – расстояние между вершинами векторов n -мерного пространства. В итоге теоретически лучшим показателем будет коэффициент со значением 1, худшим – с значением 0.

В [3] изложенный подход применен для оценки сравнительных преимуществ одних предприятий над другими по показателям их конкурентоспособности. В данной работе предлагается использовать его для линейного ранжирования той или иной группы коммерческих банков по показателям, отражающим их финансово-экономическое состояние. Суть методики такого ранжирования на основе предложенного интегрального коэффициента заключается в следующем:

- определить перечень финансово-экономических показателей, которые характеризуют коммерческий банк, отражая его финансовое состояние;
- осуществить сбор информации о значениях выбранных показателей для всех банков, подлежащих сравнению;
- по всем показателям всех участвующих в сравнении банков отобрать те показатели, которые в совокупности характеризуют эталонный банк;
- для каждого предприятия рассчитать интегрированный показатель, сопоставляя значения показателей рассматриваемого банка с показателями эталонного банка;
- по величине интегрированного показателя линейно упорядочить рассматриваемую группу коммерческих банков.

Так как описанная методика не использует весовые коэффициенты, то она позволяет избежать субъективности в определении интегрированного показателя. Кроме того, подход опирается на простой математический аппарат и достаточно сильно выявляет различия между изучаемыми объектами. Отметим еще, что одна из разновидностей подхода, изоморфная рассматриваемому, позволяющая визуализировать сравниваемые объекты, рассмотрена в [3]. Она также может быть адаптирована для сравнительной оценки коммерческих банков.

Список использованной литературы

- 1 Ковалев, М.М. Модели рейтинга университетов / М.М. Ковалев, А.В. Козулин // Белорусский банковский бюллетень. – 2001. – № 23. – С. 18-38.
- 2 Никитенко, П.Г. Методологический подход к оценке конкурентоспособности продукции и предприятия / П.Г. Никитенко, Л.А. Платонова // Наука и инновации. – 2005. – №12. – Т.34. – С. 21-26.
- 3 Каморников, С.С. Об одной интерпретации подхода к оценке конкурентоспособности предприятий / С.С. Каморников, С.Ф. Каморников // Вестник экономической интеграции. – 2011. – № 8. – С. 59-62.

О. С. МЕДВЕДИК

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников,**

д-р физ.-мат. наук, проф.

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВЗАИМОСВЯЗИ СРЕДНЕЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ И ВВП В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Валовой внутренний продукт (ВВП) – один из основных показателей экономической деятельности страны, который применяется для характеристики экономического потенциала и уровня экономического развития страны. Рост ВВП, как правило, связан с ростом доходов населения. Основой доходов населения является заработная плата. Этим вызван интерес исследования взаимосвязи между этими показателями. В настоящей работе на основе официальных статистических данных [1, 2], приведенных в таблице 1, строится и анализируется эконометрическая модель зависимости номинальной начисленной средней заработной платы от ВВП в Республике Беларусь.

Таблица 1 – Данные о средней номинальной заработной плате работников и ВВП Республики Беларусь

Год	Номинальная начисленная средняя заработная плата работников, руб. (y)	ВВП, млн. руб. (x)
2008	86,82	12 979,1
2009	98,16	14 209,1
2010	121,73	17 046,6
2011	189,98	30 724,5
2012	367,61	54 761,7
2013	506,14	67 068,8
2014	605,24	80 579,3
2015	671,5	89 909,8
2016	722,7	94 949,0
2017	822,8	105 199,0

Применение обычного МНК по исходным данным дает линейную модель (формула (1)) качество которой является низким: свободный член в модели не является статистически значимым. Поэтому необходимо уточнение спецификации модели в виде линейной формы с нулевым свободным членом. На необходимость выбора такой формы указывает также логический анализ зависимости рассматриваемых показателей. Уравнение линейной модели с нулевым свободным членом имеет вид формулы (2):

$$y = -26,9187 + 0,0079x + \varepsilon \quad (1)$$

$$y = 0,0075x + \varepsilon \quad (2)$$

Общее качество ее является высоким: линейная связь фактора (x) с переменной (y) является весьма сильной (линейный коэффициент корреляции равен 0,9989); коэффициент детерминации R-квадрат составляет 0,9979; коэффициент регрессии статистически значим. Кроме того, проверка гипотезы о равенстве нулю математического ожидания случайной переменной показывает, что первая предпосылка теоремы Гаусса-Маркова выполняется.

Для оценки прогностических способностей модели в работе проверяется наличие автокорреляции в остатках. Для этого используется тест Дарбина-Уотсона, который показывает присутствие автокорреляция в остатках модели и говорит о непригодности ее для целей прогнозирования.

Учитывая, что на среднюю заработную плату влияют и другие факторы, следует предположить, что оцененная выше сила связи фактора x с переменной y является завышенной. Во многом это связано с тем, что в исходных временных рядах присутствуют четкие тренды (см. рисунок 1), наличие которых и искажает степень коррелированности уровней рядов [3].

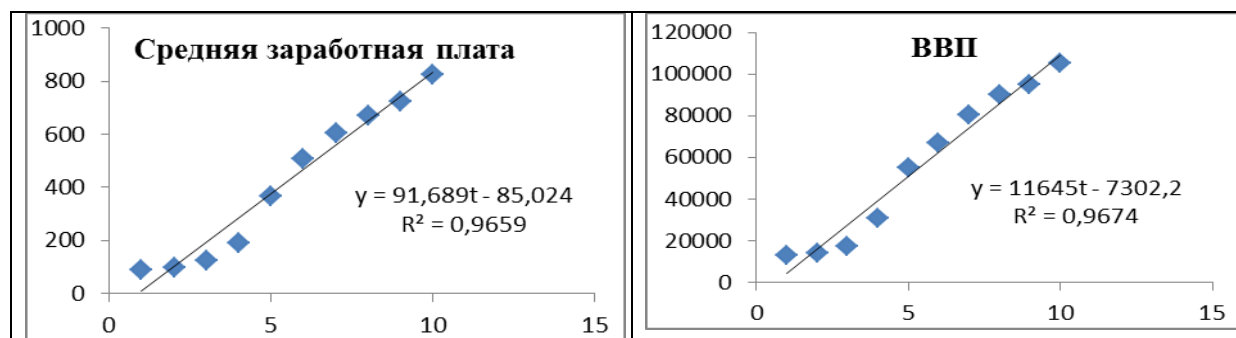


Рисунок 1 – Точечные графики временных рядов

Для исключения тенденции из уровней временных рядов в работе используется метод отклонения от тренда. Применение его к рядам отклонений (dy) и (dx) дает модель (формула (3)).

$$dy = 0,0075dx + \varepsilon \quad (3)$$

Теперь значение коэффициента корреляции, равное 0,9362, отражает реальную связь номинальной заработной платы и ВВП: эта связь является весьма сильной.

Для устранения автокорреляции в остатках используется обобщенный МНК. Применение его при спецификации модели по линейной форме с нулевым свободным членом приводит к модели (формула 4):

$$y = 0,0076dx + \varepsilon \quad (4)$$

Коэффициент при (x) показывает, что с увеличением ВВП на 1 млн. руб. значение номинальной заработной платы увеличивается в среднем на 0,0076. Автокорреляция в остатках модели отсутствует (во-первых, коэффициент автокорреляции остатков равен 0,11; во-вторых, наблюдаемое значение DW -статистики Дарбина-Уотсона равно 1,55 при пороговых значениях 0,88 и 1,32). Следовательно, модель (формула 4) может быть использована для прогнозирования. Модельный прогноз объема ВВП, при котором размер номинальной заработной платы составит 1 000 руб., равен 131 545,9 млн. руб.

Проведенные в работе эксперименты подтверждают наличие связи между номинальной средней заработной платой работников и ВВП, а также доказывают существование других неучтенных существенных факторов. В работе оценена реальная связь ВВП и средней заработной платы. Результаты моделирования могут быть использованы для решения ряда практических задач, связанных с краткосрочным прогнозированием и стратегическим планированием, а также для прогнозирования средней заработной платы в зависимости от изменения ВВП.

Список использованной литературы

1 Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/2_6/trud-i-zanyatost-v-respublike-belarus. – Дата доступа: 21.12.2018.

2 Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/ssrd-mvf/2/natsionalnaya-stranitsa-svodnyh-dannyh/vvp-rasschitanyi-metodom-ispolzovaniya-dohodov>. – Дата доступа: 21.12.2018.

3 Эконометрика: учебник для магистров / И.И. Елисеева [и др.]; под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Юрайт, 2014. – 449 с.

А. И. МОЛОКОВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. С. Башлакова,**

канд. экон. наук, доц.

СОЗДАНИЕ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Особые экономические зоны (ОЭЗ) являются ограниченными территориями в регионах с особым юридическим статусом по отношению к остальной территории и льготными экономическими условиями для национальных или иностранных

предпринимателей. Главная цель создания таких зон – решение стратегических задач развития государства в целом или отдельной территории: внешнеторговых, общеэкономических, социальных, региональных и научно-технических задач. ОЭЗ создается, как правило, на двадцать лет. Срок существования ОЭЗ продлению не подлежит, однако возможны и исключения из данного правила.

При организации ОЭЗ необходимо помнить, что объем территории, относимой к ОЭЗ, не должен превышать 20 % всей территории региона. В связи с этим, предлагается создание Жлобинской, Мозырской ОЭЗ, а так же создание «малой» ОЭЗ в Добрушском районе. В совокупности территория трех данных ОЭЗ составит 12,79 % от площади Гомельской области.

Жлобинская ОЭЗ будет создана как экспортно-производственная зона. Зоны экспортного производства создаются в местах, имеющих выгодное экономико-географическое положение, развитые производственную и транспортную инфраструктуру и другие благоприятные условия для развития внешнеторговой и иных видов внешнеэкономической деятельности. Поскольку г. Жлобин имеет хорошо-развитую железнодорожную сеть, создание ОЭЗ в форме экспортно-производственной зоны является наиболее оптимальным в данных условиях.

«Малая» ОЭЗ предполагает развитие малого и среднего бизнеса на территории данной ОЭЗ, без вовлечения крупного бизнеса, в том числе зарубежных компаний. Добрушская ОЭЗ будет расположена на территории Добрушского района, где в настоящее время функционируют 8 организаций, наиболее крупными из которых являются: Добрушская бумажная фабрика «Герой труда», ЗАО «Добрушский фарфоровый завод». В связи с территориальной близостью г. Добруша с г. Гомелем (около 30 км.) возможно привлечение малых и средних организаций, в том числе промышленных отраслей в данную ОЭЗ, поскольку необходимые ресурсы для производства продукции (товаров, работ, услуг) можно напрямую получать от соответствующих поставщиков в г. Гомеле. В связи с территориальной близостью Добрушской зоны с Российской Федерацией, возможно развитие экспортоориентированных предприятий малого и среднего бизнеса.

Создание Мозырской ОЭЗ предлагается на территории Мозырского района. В отличие от предыдущих ОЭЗ главным производителем ВВП в данном районе является Мозырский НПЗ. В Мозырском районе действуют следующие крупные организации: ОАО «Мозырьсоль», ОАО «Беларускабель», ОАО «Мозырский деревообрабатывающий комбинат». В целом экономическое положение района напрямую зависит от поставок российской нефти на Мозырский НПЗ. В связи с территориальной приближенностью к Украине, возможно развитие экспортоориентированных предприятий данной ОЭЗ. При этом возможно развитие упаковочных предприятий на территории Наровлянского и Ельского районов.

Предлагаемые льготы:

- полное освобождение от уплаты подоходного налога на 10 лет и 50 %-я льгота на 5 последующих лет при инвестировании свыше 200 тыс. долл. США или создание 30 рабочих мест;
- инвесторы полностью освобождаются от уплаты налога на недвижимость;
- предприятия могут отнести на себестоимость затраты, которые они понесли на деятельность в зоне;
- таможенные преференции: резидент ОЭЗ может ввозить на территорию страны сырье, не уплачивая таможенные пошлины при условии, что оно будет обработано на территории страны и экспортировано за границы Таможенного союза.

Резиденты трех вышеперечисленных ОЭЗ также могут рассчитывать на другие преференции, например на аренду или покупку по конкурентоспособной цене земельного участка, полностью подготовленного для осуществления предпринимательской

деятельности. Однако данная преференция будет доступна для субъектов МСП после появления в Жлобинской и Мозырской ОЭЗ крупных инвесторов.

В арсенал поддержки предлагается ввести:

– бесплатное содействие в прохождении процедур, необходимых для старта бизнеса – может оказываться через центры поддержки предпринимательства в г. Жлобине, г. Мозыре и Добрушский райисполком для соответствующих ОЭЗ;

– покрытие расходов на обучение (пособие на обучение). Пособие на обучение, переобучение и дополнительное обучение работников выдается организации резиденту ОЭЗ, которая заключила трудовые договора с данными работниками, и физическим лицам. Данная поддержка позволит произвести необходимую переквалификацию трудовых ресурсов вышеназванных районов и удовлетворить спрос работодателей на рабочую силу, а физическим лицам переквалифицироваться в востребованные среди работодателей профессии. Плюс ко всему предлагается ввести пособие на дополнительное обучение важного для предприятия специалиста – это могут быть главные бухгалтера, начальники цехов и т.п. Программы обучения, переобучения и дополнительного обучения работников будут разрабатываться Гомельским облисполкомом в соответствии с имеющимися колледжами/вузами в Гомельском регионе, а курировать программу будут соответствующие центры поддержки предпринимательства в г. Жлобине, г. Мозыре и Добрушский райисполком;

– программа поддержки экспортных планов. Пособие выдается резидентам ОЭЗ с целью оказания поддержки при планировании выхода на иностранные рынки и реализации планов экспорта.

Возможно введение прочих государственных пособий, существующих в настоящее время в Эстонии: пособия на инновационную деятельность и развитие изделий, пособия на маркетинг, пособия на развитие инфраструктуры и охрану окружающей среды.

При создании бизнеса в инфраструктурной сфере ОЭЗ, в зависимости от размера и цели инвестирования, может предоставляться возможность получить государственную денежную помощь. Сюда относятся проекты по развитию дорог, мостов, строительных площадок. Условия подобных государственно-частных инвестиций оговариваются на переговорах конкретного предпринимателя и городского (местного) совета.

Для поддержки и развития малого бизнеса в трех ОЭЗ им предоставляется возможность получения льготного кредита. Льготный кредит целесообразно предоставлять вновь образованным или функционирующим не более 18 месяцев субъектам малого бизнеса (резидентам ОЭЗ) под 4 % годовых на срок до 18 месяцев с объемом кредитования до 10 тыс. долларов США в эквиваленте. Данная кредитная поддержка позволит активными темпами развиваться МБ в пределах ОЭЗ.

Д. В. МОЛОКОВИЧ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **М. Е. Никонорова,**

канд. экон. наук, доц.

О НЕКОТОРЫХ РАСЧЁТАХ В ДОЛЛАРАХ США МЕЖДУ РЕЗИДЕНТАМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В Республике Беларусь на протяжении многих лет наблюдается отрицательное сальдо торгового баланса, что приводит к необходимости привлечения внешних заимствований, а также росту платежей по их обслуживанию. Это способствует дополнительной нагрузке на экономику страны. Проведение политики, направленной на уменьшение отрицательного сальдо торгового баланса благоприятно сказывается

на развитии национальной экономики. Существенным препятствием в достижении сбалансированности сегодня является наличие расчетов между резидентами Республики Беларусь в иностранной валюте (долларах США), что не позволяет Национальному банку Республики Беларусь в полной мере контролировать и регулировать денежное предложение в стране и, соответственно, затрудняют поддержание стабильно низкого уровня инфляции и валютного курса.

Законодательством допускаются расчеты между резидентами Республики Беларусь в долларах США в следующем случае: расчеты за природный газ между ГПО «Белтопгаз», ОАО «Нафтан» и ОАО «Газпром трансгаз Беларусь» [1].

Рассмотрим более подробно данную ситуацию. ПАО «Газпром» является основным поставщиком газа из Российской Федерации для ОАО «Газпром трансгаз Беларусь», следовательно, расчеты за сырье между ОАО «Газпром трансгаз Беларусь» и ПАО «Газпром» проходят в долларах США [1]. ОАО «Газпром трансгаз Беларусь» порядка 90 % импортируемого газа направляет резидентам Республики Беларусь (ГПО «Белтопгаз» и ОАО «Нафтан»), но расчеты осуществляются в долларах США [2]. Поэтому, для улучшения расчетов за поставляемый газ на территории Республики Беларусь предпочтительнее использовать белорусские рубли.

Основной деятельностью ОАО «Нафтан» является нефтепереработка и дальнейшая реализация готовой продукции на экспорт. Предприятие использует приобретенный газ у ОАО «Газпром трансгаз Беларусь» для нефтепереработки, что закладывается в себестоимость нефтепродуктов. Однако часть полученной валютной выручки ОАО «Нафтан» обязан направить на расчеты с ОАО «Газпром трансгаз Беларусь».

В результате ОАО «Газпром трансгаз Беларусь» получает выручку в иностранной валюте (долларах США) и оставляет денежные средства на текущих банковских счетах и депозитах.

При отказе от использования иностранной валюты в расчетах за природный газ между резидентами Республики Беларусь оплата за газ будет происходить в белорусских рублях, что позволит увеличить приток валюты в ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» и сделать ее более доступной для других субъектов хозяйствования. Схематично предлагаемый алгоритм расчетов в белорусских рублях представлен на рисунке 1.

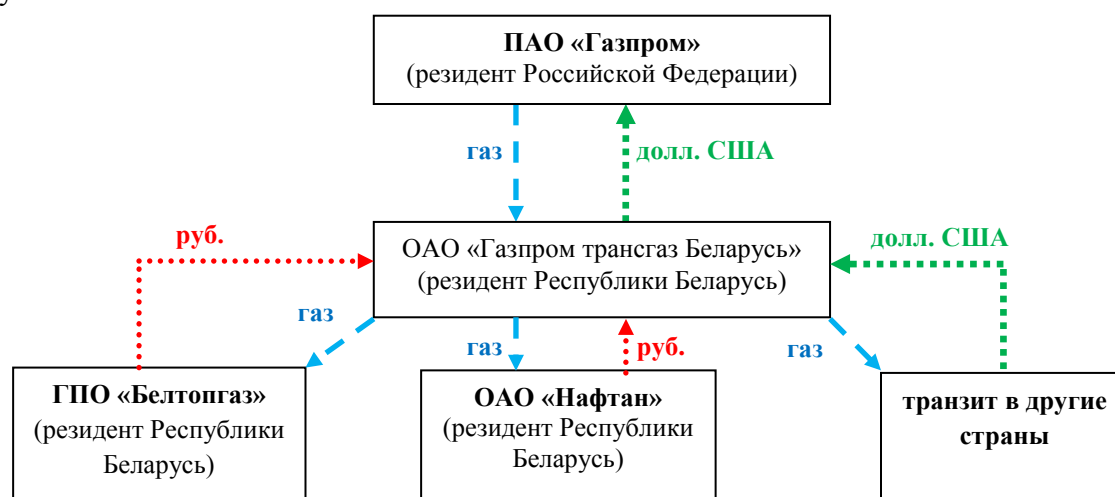


Рисунок 1 – Предлагаемый алгоритм расчетов за природный газ между резидентами Республики Беларусь в белорусских рублях

Пересмотр соглашения между Правительством Республики Беларусь и Правительством Российской Федерации от 25 ноября 2011 года (с изм. от 13 апреля 2017 г.)

о дальнейшей деятельности ОАО «Белтрансгаз» в части установления расчетов в белорусских рублях между газоснабжающими организациями ГПО «Белтопгаз» и ОАО «Нафтан» с ОАО «Газпром трансгаз Беларусь» позволит в дальнейшем отказаться от использования иностранной валюты в расчетах за природный газ между резидентами Республики Беларусь [1].

Принятие данного решения позволит проводить политику уменьшения внешних займов Республики Беларусь за счет оптимального использования иностранной валюты, находящейся на внутреннем валютном рынке страны.

Кроме того, с целью проведения политики дедолларизации в Республике Беларусь, предлагается заменить расчеты в долларах США на российские рубли между ПАО «Газпром» и ОАО «Газпром трансгаз Беларусь», что даст дополнительный положительный результат двум экономическим странам-партнерам союзного государства в сложившихся мировых политических условиях.

Вышеназванные предложения несут положительный характер и способствуют улучшению экономической ситуации Республики Беларусь.

Список использованной литературы

1 Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Беларусь об условиях купли-продажи акций и дальнейшей деятельности ОАО «Белтрансгаз» [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902357739>. – Дата доступа: 01.12.2018.

2 Консолидированная отчетность за 2017 год [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – Режим доступа: http://www.btg.by/d/textpage/59/89/konsolidirovan-naya-fin_otchetnost-msfo-2017g.pdf. – Дата доступа: 01.12.2018.

Н. С. НИЖЕВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников,**

д-р физ.-мат. наук, проф.

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЗАВИСИМОСТИ ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ ОТ ВЫРУЧКИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Для повышения эффективности работы торговой организации первостепенное значение имеет выявление резервов увеличения ее прибыли, на рост которой оказывают влияние многие факторы: рост объемов реализации в натуральном выражении; увеличение цены продукции; снижение затрат на реализацию (в том числе сокращение управленческих и коммерческих расходов); увеличение наиболее рентабельных видов товаров в общем объеме продаж; улучшение эффективности использования активов и т.д. Правильная экономическая политика торговой организации зависит от эффективности управления прибылью. При этом одной из важнейших задач руководства организации при проведении стратегического и текущего планирования является оценка влияния различных факторов внешней и внутренней среды на величину прибыли. В частности, теоретический и практический интерес представляет количественная оценка влияния объемов выручки от реализации на величину чистой прибыли [1, с. 168].

Методика эконометрического моделирования такой оценки обсуждается в данной работе на примере торговой организации ОАО «Гомельтекстильторг».

Информационную базу исследования составляют взятые из [2] статистические данные ОАО «Гомельтекстильторг» о выручке от реализации продукции (x) и чистой прибыли (y) за 2009-2017 годы, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Данные о чистой прибыли и выручке от реализации ОАО «Гомельтекстильторг» за 2009-2017 гг.

Год	Чистая прибыль, тыс. руб.	Выручка от реализации продукции, тыс. руб.
2009	6	658
2010	7	869
2011	43	2 393
2012	41	3 609
2013	42	4 097
2014	19	3 612
2015	21	3 895
2016	12	4 258
2017	5	3 737

Применив обычный МНК к статистическим данным, получаем линейную модель (формула (1)):

$$y = 9,46 + 0,004x + \varepsilon. \quad (1)$$

Качество построенной модели является низким: линейный коэффициент корреляции равен 0,349, коэффициент детерминации составляет 0,1225, а свободный член в модели не является статистически значимым. Поэтому необходимо уточнение спецификации модели в виде линейной формы с нулевым свободным членом. На необходимость выбора такой линейной модели указывает также логический анализ зависимости чистой прибыли от выручки от реализации товаров.

Уравнение модели с нулевым свободным членом имеет вид (формула (2)):

$$y = 0,0067x + \varepsilon. \quad (2)$$

Общее качество модели является достаточно высоким: линейная связь фактора x с переменной (y) является сильной (линейный коэффициент корреляции равен 0,832); коэффициент детерминации составляет 0,692 (изменения фактора y на 69,2 % объясняются изменением фактора (x)); уравнение регрессии статистически значимо в целом; коэффициент регрессии также статистически значим.

В связи с введением в модель нулевого свободного члена необходимо проверить выполнимость первой модельной предпосылки. Для проверки гипотезы о равенстве нулю математического ожидания случайной переменной в работе сравниваются наблюдаемое и критическое значения t -статистики. Так как наблюдаемое значение меньше критического, то нулевая гипотеза о равенстве нулю математического ожидания случайной переменной принимается, а значит, первая предпосылка теоремы Гаусса-Маркова выполняется.

Для оценки прогностических способностей модели анализируется наличие автокорреляции в остатках, для чего используется статистика Дарбина-Уотсона. В нашем случае наблюдаемое значение DW -статистики составило 0,668 при пороговых значениях 0,88 и 1,32. Из этого следует, что в модели регрессии присутствует автокорреляция в остатках, а значит, уравнение не может быть использовано в целях прогнозирования.

Для устранения автокорреляции в остатках применяется обобщенный МНК, заключающийся в преобразовании значений зависимой и объясняющей переменных на основе оценки коэффициента автокорреляции первого порядка (описание метода можно найти в [3, с. 151]).

Применение обобщенного МНК при спецификации модели по линейной форме с нулевым свободным членом приводит к модели (формула (3)):

$$y = 0,0069x + \varepsilon. \quad (3)$$

Общее качество ее является высоким: линейная связь фактора x с переменной y является заметной (линейный коэффициент корреляции равен 0,662); коэффициент детерминации составляет 0,437 (изменения фактора y на 43,7 % объясняются изменением фактора x); уравнение регрессии статистически значимо в целом; коэффициент регрессии также статистически значим. Проверка наличия автокорреляции в остатках на основе теста Дарбина-Уотсона показывает, что наблюдаемое значение DW -статистики равно 1,711 при пороговых значениях 0,88 и 1,32. Из этого следует, что в модели регрессии отсутствует автокорреляция в остатках. Следовательно, данное уравнение может быть использовано в целях прогнозирования.

Проведенные в работе исследования подтверждают наличие заметной связи между чистой прибылью и выручкой от реализации товаров, а также доказывают существование других существенных факторов, влияющих на прибыль торговой организации. Описанная методика может быть применена для моделирования влияния этих факторов на чистую прибыль организации. В конечном итоге, результаты данного исследования могут быть использованы для формирования оптимальной системы управления прибылью торговой организации.

Список использованной литературы

- 1 Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учеб. / Л.И. Кравченко. – 10-е изд., испр. – М.: Новое знание, 2009. – 512 с.
- 2 Итоги деятельности ОАО / Мин-во фин-в Респуб. Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by>. – Дата доступа: 20.12.2018.
- 3 Каморников, С.Ф. Эконометрика: учеб. пособие / С.С. Каморников, С.Ф. Каморников. – М.: Интеграция, 2014. – 265 с.

Г. В. ПАВЛЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников,**

д-р физ.-мат. наук, проф.

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ АКТИВОВ И ПРИБЫЛИ БАНКА

Среди факторов, которые напрямую влияют на прибыль банка, наиболее существенными являются объем активов, качество активов (их ликвидность, доходность, диверсифицируемость и степень риска вложений) и качество управления активами (степень эффективности размещения и использовании собственных и привлеченных средств). Поскольку показатели качества активов и качества управления ими опираются на систему информативных финансовых коэффициентов (путем сравнения фактических значений либо с нормативными, либо с данными за другие периоды), то использование эконометрического анализа для оценки их влияния на прибыль банка является весьма проблематичным. В то же время оценка взаимосвязи объемов активов и прибыли (ввиду количественной окраски этих показателей) с помощью инструментов эконометрического моделирования достаточно перспективна. В данной работе такая оценка на основе методов регрессионно-коррекционного анализа осуществляется на примере ОАО «АСБ Беларусбанк».

Информационную базу исследования составляют данные ОАО «АСБ Беларусбанк» (таблица 1) об объемах активов (X) и полученной чистой прибыли (Y) банка в период

с 2007 по 2017 годы (до 2006 года данные показатели на официальном сайте Национального банка Республики Беларусь не зарегистрированы).

Таблица 1 – Данные об активах ОАО «АСБ Беларусбанк» и его чистой прибыли за 2006-2017 годы

В миллионах рублей

Даты	Активы (X)	Чистая прибыль (Y)
01.01.2007	1283,58	12,21
01.01.2008	1703,65	18,85
01.01.2009	2659,40	20,79
01.01.2010	3592,28	30,63
01.01.2011	5267,73	51,05
01.01.2012	10510,11	60,71
01.01.2013	12950,75	120,18
01.01.2014	16027,29	140,13
01.01.2015	19748,57	166,41
01.01.2016	26774,50	100,46
01.01.2017	27850,81	154,80
01.01.2018	27152,11	172,28

Так как зависимая переменная (Y_t) связана не только со значениями объясняющей переменной (X_t) в момент времени (t), но и с их значениями в предыдущие моменты времени (т.е. влияние активов на прибыль осуществляется как сразу, так и с определенным запаздыванием во времени), то возникает необходимость рассмотрения моделей с распределенными лагами, т.е. моделей вида $Y_t = A + \sum_{i=0}^m a_i X_{t-i} + \varepsilon$. При построении таких моделей одним из центральных вопросов является выбор глубины лагирования (m) и числа лаговых переменных. Одним из подходов к решению этой задачи является расчет коэффициентов линейной корреляции между уровнями временных рядов (Y_t) и (X_t), сдвинутыми относительно друг друга на последовательно увеличивающиеся интервалы времени, и нахождение максимального значения коэффициента корреляции.

Таблица 2 – Значения коэффициентов корреляции от величины лага

Величина лага	0	1	2	3	4	5	6
Значение линейного коэффициента корреляции	0,890	0,884	0,832	0,770	0,637	0,620	0,548

Из таблицы 2 следует, что в наибольшей степени прибыль (Y_t) коррелирует с несдвинутым объемом активов (X_t); 2) переменная (Y_t) сильно связана с лаговыми переменными (X_{t-1}), (X_{t-2}) и (X_{t-3}); 3) далее связь переменной Y_t с лаговыми переменными заметно уменьшается. На основе данных таблицы 2 можно сделать вывод, что глубина лагирования равна 3 и модель должна иметь вид (формула 1):

$$Y_t = A + a_0 X_t + a_1 X_{t-1} + a_2 X_{t-2} + a_3 X_{t-3} + \varepsilon. \quad (1)$$

Однако короткие временные ряды и отсутствие возможности удлинить их не позволяют ее построить. Поэтому реализуется линейная форма $Y_t = a + bX_t + \varepsilon$. В пользу выбора такой формы говорит и тот факт, что переменная (Y_t) теснее всего связана с переменной (X_t).

Применение обычного МНК к исходным данным приводит к линейной модели вида (формула 2):

$$Y_i = 18,864 + 0,00528X_i + \varepsilon. \quad (2)$$

Качество ее низкое: свободный член уравнения не является статистически значимым (соответствующий показатель «Р-Значение» равен 0,208). Поэтому необходимо уточнение спецификации модели в виде линейной формы с нулевым свободным членом. На необходимость выбора модели с нулевым свободным членом указывает и логический анализ зависимости прибыли от величины активов.

Уравнение модели с нулевым свободным членом имеет вид $Y_i = 0,0062X_i + \varepsilon$. Коэффициент при (X) показывает, что с увеличением активов на 1 млн. руб. чистая прибыль банка увеличивается в среднем на 6,2 тыс. руб. Общее качество модели высокое: линейная связь фактора (X) с переменной (Y) является весьма сильной (линейный коэффициент корреляции равен 0,961); коэффициент детерминации составляет 0,923; уравнение регрессии статистически значимо в целом; коэффициент регрессии статистически значим. Проверка гипотезы о равенстве нулю математического ожидания случайной переменной показывает, что первая предпосылка теоремы Гаусса-Маркова выполняется. Выполняются и другие модельные предпосылки. В частности, применение статистики Дарбина-Уотсона показывает отсутствие автокорреляции в остатках модели. Поэтому уравнение $Y_i = 0,0062X_i + \varepsilon$ может быть использовано в целях прогнозирования.

Учитывая, что на прибыль банка влияют и другие факторы, следует предположить (ввиду отсутствия четких трендов в исходных временных рядах), что оцененная выше связь фактора (X) с переменной (Y) является завышенной. Для оценки реальной тесноты связи в работе применяется метод отклонения от тренда. Он позволяет установить, что реальное значение линейного коэффициента корреляции значительно ниже чем 0,961. Таким образом, величина активов является существенным, но не доминирующим фактором, определяющим величину прибыли банка. По сути, это является эконометрическим доказательством важности учета при анализе прибыли банка таких факторов как качество активов и качество управления ими.

Отметим также, что связь активов с чистой прибылью банка просматривается более акцентировано, если общие активы заменить активами, связанными исключительно с банковской деятельностью (очистив их от неработающих активов, отражающих хозяйственную деятельность).

В. Д. СМАЖЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. С. Башлакова,**

канд. экон. наук, доц.

МОНОПОЛИЗАЦИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ: РИСКИ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ МИНИМИЗАЦИИ

Последний мировой финансовый кризис обозначил важную проблему современной банковской системы – монополизацию банковского рынка. Экономисты ввели в оборот новый термин – «toobigtofail» (слишком крупные, чтобы обанкротиться), определяющий аффилированные между собой финансовые институты, банкротство которых может быть причиной краха национальных (и не только) экономик. Ввиду этого

со стороны государства устанавливается пруденциальный контроль и разрабатывается система превентивных мер для стабилизации финансового рынка.

Первопричиной возникновения банковских монополий является концентрация ресурсов в банках в условиях свободной конкуренции, которая постепенно может привести к монополизации. Банковские монополии могут выступать как в виде крупных государственных и частных банков, так и в виде объединений банков.

Доминирование крупных банков на финансовом рынке может привести к уничтожению конкуренции, возможности монополизации предложения банковских продуктов и услуг. С другой стороны, в условиях государственной монополизации банковского сектора упрощаются процедуры управления банковским сектором, облегчается процесс денежно-кредитного регулирования в кратко- и среднесрочном периодах.

Монополизация банковского сектора может привести и к реструктуризации реального сектора экономики в процессе вторичного обращения их ценных бумаг и попыток приобретения мажоритарных пакетов акций.

Современному этапу развития финансового рынка свойственно усиление конкуренции между банками и небанковскими кредитно-финансовыми организациями. Обострение конкурентной борьбы, укрупнение капиталов, глобализация финансового рынка и негативные явления в национальных экономиках ведут к вытеснению мелких и средних кредитных учреждений. Наблюдается дальнейшая концентрация и централизация банковского капитала и создание банковских монополий, что выражается в увеличении общей суммы банковских ресурсов и ресурсов, приходящихся на отдельный банк.

Преимуществами крупных банков перед мелкими и средними являются:

- вкладчики (институциональные и неинституциональные инвесторы) отдают предпочтение крупным устойчивым банкам, благодаря чему у них формируются стабильные значительные ресурсы и увеличиваются возможности развития активных банковских операций;
- наличие широкой сети филиалов, что позволяет обслуживать большее количество клиентов;
- возможность привлечения квалифицированного персонала, его обучения и ротации;
- лидерство в сфере внедрения новых банковских продуктов и услуг, средств защиты информации и пользователей.

Мелкие и средние кредитные учреждения не всегда располагают достаточными кредитными ресурсами, не всегда могут погасить свои обязательства (по депозитам, межбанковским кредитам), особенно в период негативных проявлений, что сужает круг их банковских услуг. Эти обстоятельства толкают к объединению с более крупными банками, которые могут рассчитывать при необходимости на финансовую поддержку государственных органов, в частности Национального банка [1].

Главным монополистом в банковской системе Республики Беларусь является ОАО «АСБ Беларусбанк» – его доля в активах банковской системы страны превышает 42 %, доля привлеченных депозитов составляет 42,7 %, доля кредитов клиентам в банковской системе составила 45,2 %.

Таким образом, реализация рисков ОАО «АСБ Беларусбанк» имеет моментальное отражение на состоянии банковской системы Республики Беларусь. Другими словами, ошибка одного банка может затронуть всю банковскую систему.

Следует выделить риски, связанные с монополизацией банковской системы:

- активно укрупняющиеся банки, руководствуясь естественным рыночным стремлением к максимизации прибыли, начинают использовать свое господство для снижения процентных ставок по депозитам и повышения кредитных ставок. Это ведет

к удорожанию производства, повышению цен одновременно со снижением доходов населения и, как следствие, к снижению темпов экономического роста;

- крупные финансовые институты, обладающие большей информацией о состоянии рынка и группах заемщиков, в своем стремлении минимизировать собственные риски имеют склонность к рационарованию кредитов. Это приводит к тому, что более рискованные проекты оказываются отсечены от кредитных ресурсов. В долгосрочной перспективе это может вести к понижению инновационной активности и замедлению экономического и технологического роста;

- банкротство крупного банка будет означать высокие расходы по его санации и защите интересов вкладчиков;

- укрупнение банков ведет к повышению системного риска – это один из крупных рисков, связанных с монополизацией отрасли, он стал одной из причин финансового кризиса 2008 года и поэтому заслуживает особого внимания.

Системный риск заключается в том, что банкротство одного из участников рынка в дальнейшем будет иметь негативные последствия для прочих участников по причине сильной взаимной связи всех игроков на рынке.

Рассмотрев представленные выше риски, можно предположить, что реструктуризация ОАО «АСБ Беларусбанк» является одним из лучших решений борьбы с монополизацией в банковском секторе Республики Беларусь. Одним из вариантов является продажа части банка Европейскому банку реконструкции и развития (ЕБРР) на условиях развития малого и среднего бизнеса. В настоящее время ЕБРР и ОАО «Дабрабыт» уже подписали соглашение о выделении Банку кредитной линии на развитие микро-, малого и среднего бизнеса (МСБ) в размере 10 млн долларов США. Данный кредит является первым кредитом ЕБРР, предоставленным в адрес ОАО «Дабрабыт», и нацелен на поддержание и развитие основного клиентского сегмента для Банка – микро-, малого и среднего бизнеса. Банки также согласовали Программу содействия развития торговли с лимитом на Банк в размере 10 млн. евро для финансирования экспортно-импортных операций. Ещё одним вариантом борьбы с монополизацией банковского сектора Республики Беларусь является реструктуризация ОАО «АСБ Беларусбанк» на более мелкие банки.

Список использованной литературы

1 Комолов, О.О. Монополизация банковской системы: риски и возможности [Электронный ресурс] / Официальный сайт журнала «Финансы и Кредит». – 2019. – Режим доступа: <http://www.fin-izdat.ru>. – Дата доступа: 21.01.2019.

Т. В. СУГЛОБ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников,**

д-р физ.-мат. наук, проф.

ОЦЕНКА ТЕСНОТЫ СВЯЗИ ВЫРУЧКИ И ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГОМЕЛЬСКОЕ ПО «КРИСТАЛЛ»)

Выпуск готовой продукции для предприятия является основным этапом на пути достижения его основной цели – получения максимальной прибыли. Поэтому представляют теоретический и практический интерес количественные оценки показателей выпуска продукции и их связей с факторами производства [1]. Некоторые аспекты эконометрического моделирования таких оценок на примере ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» обсуждаются в данной работе. В первую очередь речь идет о методике

построения и моделирования трендовых моделей и регрессионных моделей взаимосвязи соответствующих временных рядов.

Информационную базу исследования составляют взятые из [2] статистические данные (таблица 1) о расходах на производство (X) и объемах выручки от реализации продукции (Y) предприятия (производителя ювелирной продукции) за последние 9 лет.

Таблица 1 – Данные о выручке и расходах на производство

В тысячах рублей

Год	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Y	9385	12144	18370	21770	36190	43009	50406	57825	59385
X	4988	8033	10155	15148	24727	32329	41383	48426	44431

Применение обычного МНК к исходным данным приводит к линейной модели вида $Y = 4816,16 + 1,154x + \varepsilon$. Коэффициент при (X) показывает, что с увеличением затрат на производство продукции на 1 тыс. руб. выручка организации увеличивается в среднем на 1,154 тыс. руб.

Общее качество построенной модели является достаточно высоким. Линейная связь фактора (X) с фактором (Y) является весьма сильной (линейный коэффициент корреляции равен 0,993). Коэффициент детерминации R-квадрат составляет 0,986. Значит, изменения фактора (Y) на 98,6 % объясняются изменением фактора (X). Это говорит о том, что фактор (X) является доминирующим фактором, определяющим величину выручки от реализации продукции. Кроме того, полученное уравнение регрессии статистически значимо в целом; коэффициенты регрессии линейной модели также статистически значимы.

Тест Дарбина-Уотсона показывает, что в остатках модели отсутствует автокорреляция. Следовательно, построенная модель может быть использована в целях прогнозирования. Полученная оценка линейного коэффициента корреляции требует уточнения. Это связано с тем, что данные, составляющие информационную базу настоящего исследования, представляют собой временные ряды и в них присутствуют четкие возрастающие тренды (рисунок 1), наличие которых приводит к искажению тесноты связи исследуемых показателей (к преувеличению степени коррелированности уровней рядов). Такое уточнение в работе осуществляется на основе метода отклонения от трендов, который заключается в исключении тенденции из уровней временных рядов [3, с. 224].

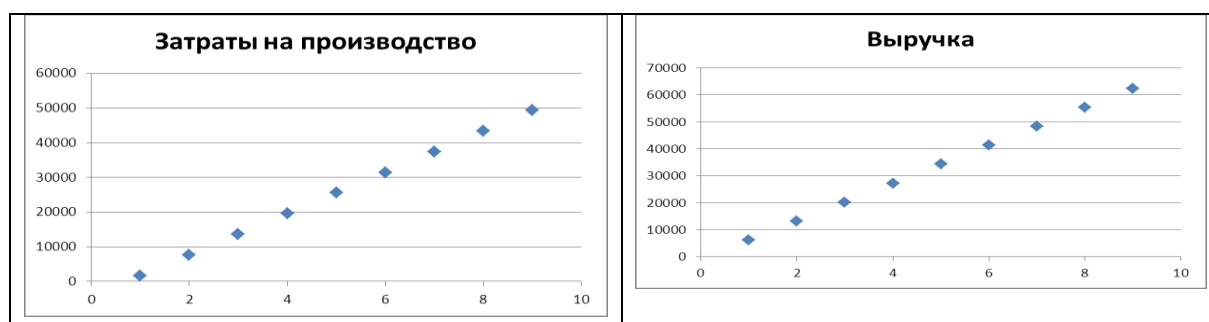


Рисунок 1 – Точечные графики временных рядов X_t и Y_t

Вычисление отклонений (dY), (dX) и применение к их рядам обычного МНК по линейной форме с нулевым свободным членом дает модель $dY = 0,6987dX + \varepsilon$. При этом стандартная проверка первой модельной предпосылки (условия равенства нулю

математического ожидания случайного члена) показывает отсутствие смещения параметра уравнения регрессии. Линейная связь фактора (dX) с (dY) является сильной (линейный коэффициент корреляции равен 0,8661). Значение коэффициента корреляции, равное 0,8661, отражает реальную связь затрат на производство продукции с выручкой и говорит о том, что затраты на производство продукции действительно являются доминирующим фактором, определяющим величину выручки.

Приведенное исследование иллюстрирует методику количественной оценки зависимости выручки предприятия от затрат на производство. Эта методика может быть использована и для моделирования влияния на выручку предприятия других факторов (в том числе качественных, на основе введения фиктивных переменных). Результаты исследования могут быть использованы для формирования на предприятии оптимальной системы управления прибылью.

Список использованной литературы

- 1 Рыжичина, В.С. Оценка готовой продукции / В.С. Рыжичина. – Минск: Книжный дом, 2006. – 526 с.
- 2 ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://kristall.by>. – Дата доступа: 02.11.2018.
- 3 Эконометрика: учеб. для магистров / И.И. Елисеева [и др.]; под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Юрайт, 2014. – 449 с.

А. А. ТАРАСЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)
 Науч. рук. **О. С. Башлакова**,
 канд. экон. наук, доц.

ЛИЗИНГ НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ В ОАО «АСБ БЕЛАРУСБАНК»

После вступления в силу с 2014 года Указа Президента Республики Беларусь № 99 «О вопросах регулирования лизинговой деятельности» (далее – Указ) главным драйвером для рынка лизинга в 2016–2018 годах стал спрос со стороны физических лиц [1]. Указ сделал возможным предоставление предметов лизинга гражданам для использования в личных целях. На фоне трудоемкой процедуры получения кредитов и довольно высоких ставок по ним потребительский лизинг стал интенсивно развиваться.

В 2016–2018 годах 90 % лизинговых сделок в Республике Беларусь с недвижимым имуществом с физическими лицами были заключены в ОАО «АСБ Беларусбанк» через ОАО «АСБ-Лизинг». Сегодня лизинг квартир стал существенной альтернативой кредитным сделкам, в том числе ипотечному кредитованию (таблица 1).

Таблица 1 – Основные преимущества и недостатки лизинга по сравнению с кредитом в Республике Беларусь на рынке недвижимости для физических лиц

Основные преимущества лизинга по сравнению с кредитом	Основные недостатки лизинга по сравнению с кредитом
Более низкая процентная ставка	Квартира до окончательного расчета находится в чужой собственности
Достаточно одного поручителя	Выбор ограничен лишь готовыми новостройками
Гибкие условия	В случае невыплаты 50 % стоимости квартиры есть риск потерять все
Возможность сохранить место в очереди на жилье	В настоящее время в лизинг оформляются только новые квартиры

Важным аспектом сравнения лизинга с кредитом недвижимости для физических лиц является сравнение условий налогообложения НДС, поскольку в отличие от кредита, изначально лизинговые операции в соответствии с Налоговым Кодексом Республики Беларусь не освобождаются от НДС. Поэтому изучим более детально данный вопрос, так как до 2015 года из-за взимания НДС (по ставке 20 %) для физических лиц, не принимающих к зачету «входной НДС», лизинг автоматически становился более невыгодным по сравнению с кредитом, по которому НДС не взимался.

С января 2016 года и в случае выкупа, и в случае возврата недвижимости лизингополучателем – физическим лицом обороты освобождаются от НДС. Однако в этой ситуации остается нерешенной проблема исчисления НДС для лизинговой компании, поскольку в этом случае «входной» НДС, сформированный в процессе приобретения недвижимости у застройщика или собственника, будет относиться на затраты лизинговой компании и сформирует в последствии лизинговую стоимость без НДС. То есть фактически физическое лицо не будет уплачивать НДС только с процентной ставки по договору лизинга. И это фактически не снизит стоимость объекта лизинга для лизингополучателя. Это усиливает финансовое бремя на лизингодателя, поскольку ему придется оплатить НДС своим посредникам – юридическим лицам, и отнести его на свои затраты, а не зачесть при исчислении НДС к уплате за отчетный период. При этом у организаций строительной отрасли и лизингодателей и так наблюдается нестабильная финансовая ситуация, такое налогообложение еще больше будет вымывать у них собственные оборотные средства. Так, по словам председателя КГК Республики Беларусь Леонида Анфимова, ситуация в строительстве далека от приемлемой и говорит о приближении системного кризиса отрасли. Если в 2014 году строительная отрасль занимала 10 % в структуре ВВП республики, то сейчас этот показатель упал до 5 % [2]. Поэтому предлагаем вместо льготы по освобождению от оборотов, предусмотренной в п.1.51. и 1.52 ст.94 Особенной части налогового Кодекса Республики Беларусь (ОЧ НК), использовать нулевую ставку НДС. В таблице 2 изложена суть предлагаемых изменений.

Таблица 2 – Предлагаемые изменения в ОЧ НК при исчислении НДС при лизинге недвижимости физическими лицами

При лизинге нового жилья от застройщика – плательщика НДС	При лизинге жилья физическими лицами на вторичном рынке Республик Беларусь
Целесообразно использовать нулевую ставку НДС, а не льготу по налогообложению в соответствии со ст.1.51 и 1.52ст.94 ОЧ НК для избегания роста финансового бремени на лизингодателей из-за необходимости отнесения «входного» НДС на свои затраты, что требует одновременного поиска средств в отличие от отнесения на вычет по исчислению НДС за отчетный период	Изменения с января 2016 года не нужны, поскольку ст.1.51 и 1.52ст.94 ОЧ НК предусмотрено освобождение от НДС, а квартиры на вторичном рынке физическими лицами продаются без НДС, что не увеличивает стоимость объекта лизинга

Таким образом, мы предлагаем для ОАО «АСБ Беларусбанк» через ОАО «АСБ Лизинг» делать акцент на предоставление в лизинг жилья вторичного рынка, приобретаемого у физических лиц без НДС по рыночной цене. Возможные условия такого договора приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Предлагаемые условия лизингового договора «Доступный лизинг» при лизинге вторичного жилья для физических лиц в ОАО «АСБ-Лизинг»

Критерии	Условия
1	2
Требования к лизингополучателю	Физические лица, граждане Республики Беларусь и иностранные граждане (лица без гражданства), постоянно проживающие и имеющие постоянный источник доходов на территории Республике Беларусь

Окончание таблицы 3

1	2
Размер лизинговых платежей и порядок их определения	1-ый год – ставка рефинансирования НБ РБ, уменьшенная на 3 п.п.; 2-ой год – ставка рефинансирования Национального банка Республики Беларусь; 3-ий год – ставка рефинансирования НБ РБ, увеличенная на 2 п.п.
Предметы лизинга	Жилая недвижимость (вторичные квартиры с правоустанавливающими документами)
Выбор предмета лизинга	Осуществляет лизингополучатель
Валюта расчетов	Безналичные белорусские рубли
Срок лизинга, аванс	От 1 года до 20 лет; от 20% стоимости жилого помещения
Выкупная стоимость	1% стоимости жилого помещения
Обеспечение	Не менее одного платежеспособного поручителя (физическое и/или юридическое лицо)
Страхование	От всех видов возможного ущерба и ответственности перед жильцами
Досрочный выкуп	Возможен по истечении 1 года
Порядок определения размера лизинговых платежей	В соответствии с графиком лизинговых платежей
Порядок определения размера вознаграждения (дохода) лизингодателя	Вознаграждение (доход) лизингодателя определяется в договоре лизинга и исчисляется в виде денежной суммы – разницы между общей суммой лизинговых платежей, предусмотренных договором лизинга, и частью общей суммы лизинговых платежей, возмещающей инвестиционные расходы лизингодателя
Периодичность уплаты лизинговых платежей	Ежемесячно
Порядок расчета суммы лизингового платежа	Очередной лизинговый платеж рассчитывается как сумма инвестиционного расхода и дохода Лизингодателя в соответствующем периоде

Четкие правила работы создают предпосылки для превращения жилищного лизинга в по-настоящему массовый инструмент наравне с уже существующими кредитами и долевым строительством.

Список использованной литературы

1 О вопросах регулирования лизинговой деятельности: Указ Президента Респуб. Беларусь от 25 февраля 2014 г., № 99 [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 11.12.2018.

2 Доля убыточных организаций в строительной отрасли Беларуси достигла 38 % [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kadrovik.by/news/show/28949/>. – Дата доступа: 11.12.2018.

А. А. ТИМОШКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В экономике рыночного типа такой механизм регулирования экономических процессов, как рынок ценных бумаг, получил широкое распространение. Это самый важный механизм перераспределения рынка финансовых ресурсов, экономия денежных средств между субъектами хозяйствования, государством и населением. В настоящее время одним из наиболее гибких финансовых инструментов является использование ценных бумаг, а также одним из направлений вложения капитала с целью получения доходов или осуществления расчетов. Ценные бумаги – неизбежный атрибут всякого нормального товарного оборота. Будучи товаром, они сами вместе с тем способны служить как средством кредита, так и средством платежа, эффективно заменяя в этом качестве наличные деньги.

Рынок ценных бумаг является сферой для реализации экономических отношений, выражаемой финансовым капиталом, и является частью финансового рынка, на котором накоплен капитал, а затем инвестируется в реальный сектор экономики.

Регулирование рынка ценных бумаг – это упорядочение деятельности на рынке всех его участников и операций между ними со стороны организаций, уполномоченных обществом на эти действия. Современный рынок ценных бумаг из-за своих размеров и значимости для мировой экономики не может развиваться стихийно. Он должен регулироваться. При этом регулирование должно охватывать всех его участников, все виды деятельности и операции, которые могут совершаться на нем.

Рынок ценных бумаг Республики Беларусь относится к развивающимся рынкам, к рынкам, которые осуществляют переход к современным моделям экономического развития с целью ликвидации разрыва между ними и высокоразвитыми странами. В Беларуси складывается смешанная модель рынка ценных бумаг.

Основные её характеристики:

- значительная роль государства в процессе создания рынка ценных бумаг;
- прямое кредитование на покрытие дефицита бюджета наряду с выпуском государственных ценных бумаг;
- относительно высокая доля ценных бумаг банков – финансовых инструментов на финансовом и фондовом рынках государств.

В Беларуси в основном сформирована нормативная база, позволяющая выпускать и приобретать различные финансовые инструменты. Бизнесу осталось лишь научиться использовать их для привлечения капитала и получения дохода, соблюдать установленные нормы и правильно оценивать свои риски. Помочь в этом им могут профессиональные участники рынка ценных бумаг.

Современная нормативная база вполне способна помочь бизнесу привлекать «длинные деньги» на фондовом рынке, в т.ч. за рубежом. Закон «О рынке ценных бумаг», инструкции, принятые в его развитие, Указ от 3.03.2016 № 84 «О вопросах эмиссии и обращения акций с использованием иностранных депозитарных расписок» открывают путь для выпуска акций, облигаций, производных финансовых инструментов. Со вступлением в силу Закона «Об инвестиционных фондах» и Указа от 11.05.2017 № 154 «О финансировании коммерческих организаций под уступку прав (требований)» эти возможности расширятся еще больше. Но воспользоваться ими готовы немногие. Рынок ценных бумаг в Республике Беларусь в настоящее время:

- акции: количество акционерных обществ – 4 465; объем эмиссии акций – 32,4 млрд. руб.; объем сделок с акциями – 427,9 млн. руб.;
- облигации: количество эмитентов облигаций – 262; объем эмиссии облигаций – 19,8 млрд. руб.; объем сделок с облигациями – 20,1 млрд. руб.;
- профессиональные участники рынка: количество профессиональных участников – 62; количество аттестованных специалистов – 3 350;
- инфраструктура: регулятор рынка ценных бумаг в Республике Беларусь – Министерство финансов Республики Беларусь; двухуровневая депозитарная система; организатор торговли ценными бумагами – ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» [1].

Брокерские и дилерские небанковские организации сегодня значительно уступают банкам в предоставлении финансовых ресурсов. В Республике Беларусь также нет действующих инвестиционных фондов.

Операции на фондовом рынке осуществляются в основном за счет собственных средств профессиональных участников, что объясняется низким интересом к рынку государственных ценных бумаг со стороны физических и юридических лиц, непрофессиональных участников рынка ценных бумаг. Только на рынке корпоративных ценных бумаг распределение объема торгов между такими категориями участников, как банки и небанковские брокерско-дилерские компании, составило от 58,3 % до 41,7 %.

Очевидно, что фондовый рынок Республики Беларусь характеризуется недостаточной емкостью, небольшим количеством обращающихся финансовых инструментов и сделок. В то же время на рынке наблюдаются положительные тенденции. Рыночная инфраструктура, законодательство о рынке ценных бумаг будут улучшены. Так, в Беларуси реализуются планы по созданию центрального депозитария, при разработке нормативной базы учитывается опыт развитых стран в направлении унификации норм и правил, международный стандарты в бухгалтерском учете, система учета фондового рынка.

На рисунке 1 видно, как менялась динамика выпуска ценных бумаг в Республике Беларусь за последние 3 года. Диаграмма составлена самостоятельно [2].

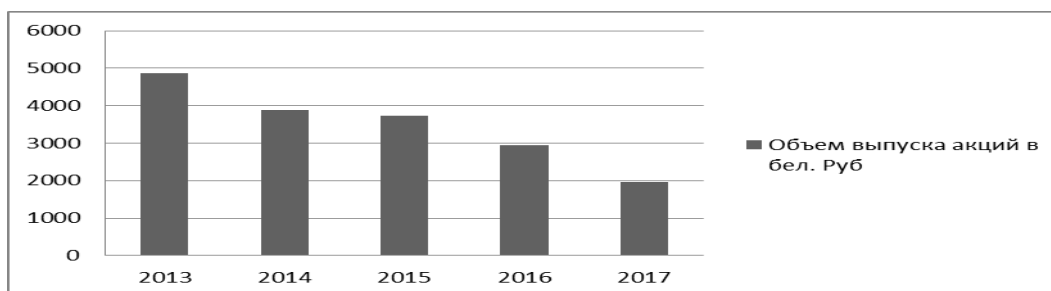


Рисунок 1 - Динамика выпуска акций юридических лиц за 2015-2017 годы

Таким образом, политическая нестабильность и противоречивая экономическая ситуации не свойственна для нашей экономики. Слабая активность хозяйствующих субъектов, отсутствие или малая эффективность финансовых механизмов, неразвитость экономических рынков значительно снижают интерес к ценным бумагам и, как следствие, сдерживают темпы экономического развития. Сегодня необходимо найти новые подходы к ценным бумагам, а также разработать эффективные механизмы стимулирования рынка ценных бумаг.

Список использованной литературы

- 1 Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by>. – Дата доступа: 12.11.2018.
- 2 Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/>. – Дата доступа: 12.11.2018.

Р. Д. ТКАЧЁВ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. С. Башлакова,**

канд. экон. наук, доц.

ВЕНЧУРНЫЕ ФОНДЫ КАК ИНСТРУМЕНТ АККУМУЛЯЦИИ СРЕДСТВ НЕИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИНВЕСТОРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Перспективным направлением развития финансового рынка Беларуси является создание венчурных фондов, которые способны аккумулировать средства неинституциональных инвесторов и снижать финансовые риски. На начальном этапе такие фонды могут быть созданы в системообразующих банках и, в первую очередь, в ОАО «АСБ Беларусбанк». Если сравнивать венчурное инвестирование с банковским кредитом, то банковский процент имеет более низкую внутреннюю норму дохода. Инвестиционный

кредит предоставляется на срок от трех до семи лет, при этом нет необходимости страховать риски, что является значительным плюсом. Срок банковских кредитов, которые выдаются на пополнение оборотных средств, составит не более трех лет. Если же воспользоваться возможностями среднесрочного или долгосрочного кредитования, то срок будет больше, до 7-10 лет. Но для банка минимизация рисков крайне важна, тогда как венчурное финансирование по своей сути связано с рисками. Сроки венчурного финансирования могут достигать даже до 15 лет.

При венчурном инвестировании инвестор заинтересован не только в эффективном развитии проекта, но и в реализации акций компании в дальнейшем. Если в начале и на завершающем этапе между акционером и инвестором будет сотрудничество, то совместная работа даст положительный результат. Рентабельность предприятия будет зависеть от того, как много желающих приобрести его акции найдется на рынке. Стоимость акций – основной источник прибыли инвестора.

Венчурные фонды или компании предпочитают инвестировать в фирмы, чьи акции не обращаются в свободной продаже на фондовом рынке, а полностью распределены между акционерами – физическими или юридическими лицами. Инвестиции направляются либо в акционерный капитал закрытых или открытых акционерных обществ в обмен на долю или пакет акций, либо предоставляются в форме инвестиционного кредита на срок от 3 до 7 лет. Процентная ставка по таким кредитам либо не устанавливается, либо составляет LIBOR + 2 – 4 %. На практике, чаще всего встречается комбинированная форма венчурного инвестирования, при которой часть средств вносится в акционерный капитал, а другая – предоставляется в форме инвестиционного кредита.

В Республике Беларусь рынок венчурного финансирования практически не развит, что обуславливает необходимость изучения опыта других стран, в том числе – России, где управляющие кадры более близки нашей стране.

По данным Российской ассоциации венчурного инвестирования, на конец 2017 года число анализируемых в статистике действующих на территории Российской Федерации фондов прямых и венчурных инвестиций составило 268 (в том числе 74 фонда прямых инвестиций и 194 венчурных фонда). Уровень доходности инвестиционных вложений венчурных фондов в США в первый год составляет 0,6–1,0 %, за третий год – 12–17 %, за 7–10 годы – более 50 % [1].

Рассчитывать на реальную доходность и получение высокого уровня доходности возможно только при осуществлении долгосрочного инвестиционного кредитования. Для ОАО «АСБ Беларусбанк» целесообразно рассмотреть возможность развития венчурного кредитования проектов совместно с ведущими российскими венчурными фондами, обладающими опытом в управлении венчурным капиталом. Схема такого взаимодействия, включая реализацию механизма оценки кредитоспособности новых клиентов, представлена на рисунке 1.

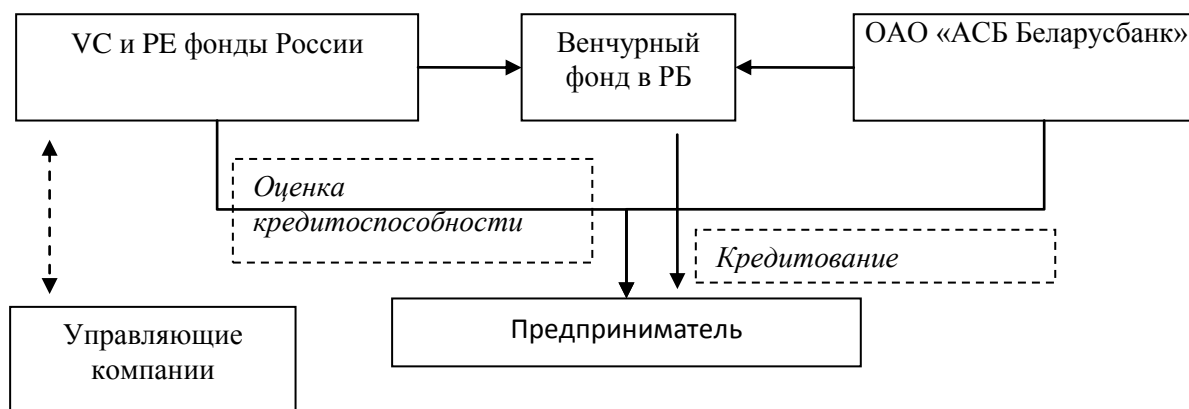


Рисунок 1 – Механизм развития венчурного кредитования

Оценка кредитоспособности и отбор субъектов малого и среднего бизнеса может проводиться специалистами российских фондов-партнеров с учетом накопленного ими опыта оценки, совместно с потенциальными управляющими компаниями, а также – с учетом более высокой степени независимости в принятии решения и объективности оценки. В таблице 1 с учетом имеющихся формально не размещенных сформированных кредитных ресурсов, сумма которых составляет по состоянию на конец 2018 года 1 280 млн. руб. и средней нормы доходности венчурного кредитования проведен расчет ожидаемого роста процентных доходов ОАО «АСБ Беларусбанк» от участия в проектах венчурного кредитования.

Таблица 1 – Прогнозирование процентных доходов ОАО «АСБ Беларусбанк» от участия в проектах венчурного кредитования с использованием иностранного капитала неинституциональных инвесторов

Показатель	Вариант 1	Вариант 2
Приток средств в банк, млн. руб.	1 280,0	1 280,0
Доля средств, направляемых на венчурное кредитование, %	20,0	30,0
Объем венчурного кредитования, млн. руб.	256,0	384,0
Ожидаемый доход через 1 год, млн. руб.	142	212
Ожидаемый доход через 3 года, млн. руб.	2 832	4 248
Ожидаемый доход через 7 лет, млн. руб.	11 800	17 701

Минимальный ожидаемый процентный доход ОАО «АСБ Беларусбанк» в течение первого года развития венчурного кредитования может составить от 1,54 млн. руб. На стадии зрелости кредитруемых субъектов хозяйствования доход банка может возрасти до 128,0 млн. руб.

Список использованной литературы

1 Прямые и венчурные инвестиции в России: обзор рынка / Российская ассоциация венчурного инвестирования [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>. – Дата доступа: 19.01.2019.

О. В. ЧИЛЕКО

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **А. В. Королёнок**

ДИНАМИКА ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Государственный долг представляет собой накопление всех бюджетных дефицитов прошлых лет, без учета излишков бюджета. Вопросы оценки состояния, динамики, структуры государственного долга являются актуальными и требуют постоянного внимания, как со стороны органов государственного управления, так и исследователей [1, с. 75].

Проанализируем динамику государственного долга Республики Беларусь в период с 2014 до 2018 года (рисунок 1).

Как видно из данных рисунка 1, на протяжении рассматриваемого периода наблюдается тенденция к увеличению государственного долга. Эта тенденция выражена явно, хотя увеличение происходит неравномерно. Наибольший рост государственного долга пришелся на 2016 год и составил 32 855,9 млн. руб., что на 13 110, 4 млн. руб. больше,

чем в 2015 году. Минимальный же рост наблюдался в 2017 году, в котором государственный долг составил 36 958 млн. руб., что на 4102,1 млн. руб. больше, чем в 2016 г.

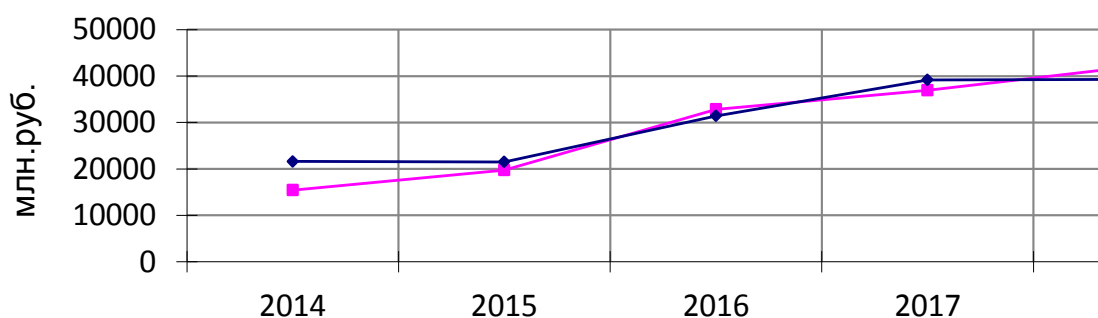


Рисунок 1 – Динамика государственного долга Республики Беларусь за 2014-2018 гг. [2]

Для более объективного анализа государственная задолженность указывается в процентах к валовому внутреннему продукту (ВВП). Этот показатель определяет возможность обслуживания долга, погашения платежей за счет произведенного продукта данного года, т.е. позволяет оценить уровень долговой нагрузки на экономику страны. Данный коэффициент не должен превышать установленного предельного норматива (55 %). Как видно из данных рисунка 1, в 2016 году произошло резкое увеличение показателя, который составил 31,4 % , что на 9,9 процентных пункта больше, чем в 2015 году. Рассматриваемое увеличение произошло после девальвации белорусского рубля, которая привела к тому, что белорусская экономика в долларовом выражении сжалась, и госдолг Беларуси, номинированный преимущественно в иностранной валюте, существенно вырос по отношению к ВВП.

В зависимости от кредитора, государственный долг подразделяется на внешний и внутренний. Внутренний государственный долг представляет долговые обязательства государства, которые возникли перед собственными резидентами. Внешний государственный долг – это задолженность страны государствам, физическим и юридическим лицам других стран. [3, с. 94]

Рассмотрим структуру государственного долга Республики Беларусь (таблица 1).

Таблица 1 – Структура государственного долга Республики Беларусь за 2014 – 2018 гг.

Показатель	2014	2018	В процентах к итогу	
			2014	2018
Государственный долг, млн. руб.	15 400,9	42 172,5	100	100
Внешний государственный долг, млн. долл. США	12 440,8	16 726,8	76,82	78,24
Внутренний государственный долг, млн. руб.	3 569,6	9 175,6	23,18	21,76

Примечание: источник [2].

Как видно из данных таблицы 1, за рассматриваемый период в структуре государственного долга по источнику заимствования произошли незначительные изменения. Также можно заметить, что значительный удельный вес в государственном долге занимают именно внешние займы. Так, на 1 января 2018 года внешний государственный долг Республики Беларусь составил 16 726,8 млн. долл. США, что составляет 78,24 % от всего государственного долга республики.

Рассмотрим данные о привлеченных внешних государственных займах Республики Беларусь за январь-декабрь 2017 года (таблица 2).

Таблица 2 – Привлеченные внешние государственные займы Республики Беларусь за январь-декабрь 2017 года

Кредиторы	Млн. долл. США	В процентах к итогу
Держатели еврооблигаций	1 400,0	34,65
Правительство и банки Российской Федерации	1 309,5	32,41
Евразийский фонд стабилизации и развития	800,0	19,80
Банки КНР	306,6	7,59
МБРР	159,4	3,94
ЕБРР и СИБ	65,2	1,61
Итого:	4 040,7	100

Примечание: источник [2].

Как видно из данных таблицы 2, больше всего средств Республика Беларусь привлекает в страну с помощью еврооблигаций, которые являются долговыми ценными бумагами, купонными облигациями, размещенными на международном финансовом рынке [4, с. 197]. Их удельный вес составил 34,65 % от всех привлеченных государственных внешних займов в 2017 году. Также большую долю занимают привлечения от правительства и банков Российской Федерации. С удельным весом в 32,41 %, они занимают второе место по сумме привлеченных средств Республикой Беларусь из-за рубежа.

Анализируя полученные данные за 2014-2018 гг. можно сделать вывод, что прослеживается динамика увеличения государственного долга Республики Беларусь. Причем наибольший рост пришелся на 2016 год. Уровень долговой нагрузки на экономику Республики Беларусь увеличивается последние пять лет, и, если данная тенденция продолжится, это может привести к серьёзным последствиям. В структуре государственного долга наибольший удельный вес занимают внешние займы, а именно еврооблигации.

Список использованной литературы

- 1 Карпенко Л. И. Теория статистики: учеб. пособие / Л.И. Карпенко.– Минск: БГЭУ, 2013. – 591 с.
- 2 Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. –2019. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/ru>. – Дата доступа: 07.11.2018.
- 3 Бондарь, А. В. Экономическая теория: учеб. пособие / А.В. Бондарь. – Минск: БГЭУ, 2011. – 479 с.
- 4 Деньги, кредит, банки: учеб. пособие / Кравцова Г. И. [и др.]. – Минск: БГЭУ, 2003. – 527 с.

Д. С. ШЕРСТНЁВА

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **В. П. Герасенко,**

д-р экон. наук, проф.

РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТАМОЖЕННЫХ ПОШЛИН В РАМКАХ ЕАЭС

Совершенствование механизма зачисления и распределения сумм ввозных таможенных пошлин между бюджетами государств-членов ЕАЭС является актуальной задачей, решение которой позволит найти решение возникших разногласий между участниками интеграционного образования.

Нормативы распределения ввозных таможенных пошлин для Российской Федерации, Республики Беларусь и Республики Казахстан рассчитывались на основании показателей общего объема импорта из стран дальнего зарубежья за 2007-2008 гг. и исходя из стоимостных объемов импорта из стран дальнего зарубежья за 2007-2008 гг. на базе

статистических данных ООН по торговле товарами «Комтрейд ООН» в разрезе двузначных групп ТН ВЭД с применением одинаковых расчетных среднеарифметических ставок единого таможенного тарифа (ЕТТ) ТС [1].

Произведенный расчет позволил установить нормативы распределения сумм ввозных таможенных пошлин для Республики Беларусь в размере 4,70 %, Республики Казахстан – 7,33 %; Российской Федерации – 87,97 % [2].

После присоединения 2 января 2015 года Армении и 12 августа 2015 года Киргизии нормативы распределения для всех стран-участниц ЕАЭС были пересмотрены с учетом имеющихся данных об объеме импорта в базе «Комтрейд ООН». По итогам произведенных расчетов были установлены следующие нормативы распределения ввозных таможенных пошлин: Республика Армения – 1,1 %; Республика Беларусь – 4,56 %; Республика Казахстан – 7,11 %; Кыргызская Республика – 1,9 %; Российская Федерация – 85,32 % [3].

По данным счетной палаты Российской Федерации общая сумма ввозных таможенных пошлин, поступивших в бюджеты государств-членов ЕАЭС, за 2016 г. составила 9,8 млрд. долл. США. По сравнению с 2015 г. в целом наблюдается снижение поступлений ввозных таможенных пошлин на 782,7 млн. долл. США в абсолютном выражении или на 7,4 % – в относительном.

Снижение поступлений в бюджеты государств-членов ввозных таможенных пошлин в 2016 году было обусловлено снижением импорта товаров из третьих стран, девальвацией национальных валют государств-членов ЕАЭС и в результате выполнения обязательств Российской Федерации перед ВТО [4].

Вместе с тем, наибольший интерес представляет показатель сальдо взаиморасчетов между государствами-членами ЕАЭС, которое на протяжении 2015-2017 гг. сложилось отрицательным для Республики Беларусь, Республики Армения, Республики Казахстан и Республики Кыргызстан. Положительное сальдо наблюдается только у Российской Федерации (табл. 1).

Таблица 1 – Объемы взаимных поставок стран ЕАЭС

В миллиардах долларов США

Страна	2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт
Республика Армения	256,24	988,8	393,89	1 062,56	557,23	1 314,2
Республика Беларусь	11,01	17,21	11,38	15,38	13,65	19,71
Республика Казахстан	5,12	11,2	3,93	9,86	5,26	12,52
Киргизская Республика	410,18	2 065,08	447,17	1 625,94	541,5	1 863,66
Российская Федерация	28,82	14,18	26,8	14,49	34,68	18,4

Примечание: источник [5].

То есть страны в большей степени распределяют свои финансовые ресурсы, чем получают, что в итоге сокращает и число доходов в их республиканский бюджет.

Таким образом, принцип «справедливого возврата» на практике не соблюдается. Вследствие этого таможенные органы любого государства-члена ЕАЭС перечисляют ввозные таможенные пошлины в большем размере, что непосредственно сокращает объем поступлений в их бюджеты.

Главным недостатком действующего механизма распределения таможенных пошлин является то, что при его создании и закреплении в правовых актах ЕАЭС не учитывалось динамичное изменение показателей объемов импорта. В итоге установленные нормативы распределения сумм ввозных таможенных пошлин на основании данных за 2007-2008 гг. в настоящее время не соответствуют реальному положению дел, что привело к сбоям в работе действующего механизма распределения. Кроме того, среднеарифметическая ставка ЕТТ ЕАЭС является не постоянной величиной в условиях

снижения ставок ввозных таможенных пошлин в результате исполнения тарифных обязательств Российской Федерации перед ВТО [2].

Автором выполнен корреляционно-регрессионный анализ нормативов распределения таможенных пошлин на основе данных, предоставленных Всемирным банком, которые характеризуют социально-экономическое развитие и внешнеэкономическую деятельность стран ЕАЭС за 2016 год. С помощью данного анализа проведен расчет зависимостей между макроэкономическими показателями и нормативами распределения таможенных пошлин, а также расчет между макроэкономическими показателями и суммой распределенных таможенных пошлин.

В результате проведенного анализа автором предлагается за основу расчетов брать валовое накопление (в текущих долларах США) и импорт из третьих стран при определении нормативов распределения ввозных таможенных пошлин между странами ЕАЭС. Причем нормативы распределения должны рассчитываться ежегодно на основе прошлогодних показателей валового накопления и импорта из третьих стран по примеру механизма, действующего в Южноафриканском таможенном союзе.

Список использованной литературы

1 Айбашева, Ж. Механизмы зачисления сумм ввозных таможенных пошлин при присоединении КР к ТС / Ж. Айбашева, Л. Югай // Национальный институт стратегических исследований Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://nisi.kg/112-stati/145-mekhanizmy-zachisleniya-summ-vvoznikh-tamozhennykh-poshlin.html>. – Дата доступа: 14.10.2018.

2 Сушко, Е.С. Функционирование механизма зачисления и распределения сумм ввозных таможенных пошлин между бюджетами государств-членов ЕАЭС: проблемы и пути их решения / Е.С. Сушко // сб. работ 74-й науч. конф. студ. и аспирантов Бел-го гос. ун-та (15-24 мая 2017, г. Минск). – Минск, 2018. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/192767/1/118-122.pdf>. – Дата доступа: 12.10.2018.

3 О Евразийском экономическом союзе: договор от 29 мая. 2014 г.: в ред. протокол от 08.05.2015 г. / [Электронный ресурс] / Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – Дата доступа: 10.10.2018.

4 Отчет о зачислении и распределении сумм ввозных таможенных пошлин между бюджетами государств-членов Евразийского экономического союза в 2015 г. / Евразийская экономическая комиссия [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org>. – Дата доступа: 16.10.2018.

5 Статистика внешней и взаимной торговли стран ЕАЭС / Евразийская экономическая комиссия [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org>. – Дата доступа: 20.10.2018.

Д.-М. ШУРПЕНКОВА

(г. Львов, Львовский учебно-научный институт ГВУЗ «Университет банковского дела»)

Науч. рук. **О. Н. Сарахман,**

канд. экон. наук, доц.

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПРАКТИКА ПРОВЕДЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АУДИТА В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ С УЧЁТОМ МИРОВОГО ОПЫТА

Стратегический аудит является современным методом и актуальным инструментом повышения эффективности управления в долгосрочной перспективе, кардинальной перестройки производственных и организационных процессов. Стратегический аудит является инструментом правильного, рационального экономического построения внутренних и внешних бизнес-процессов и выполнения хозяйственных операций.

С помощью государственного стратегического аудита в мировой практике решается целый ряд задач, в частности: оценка качества стратегий государства и его субъек-

тов; анализ взаимосвязи систем стратегического и территориального планирования; оценка динамики и уровня достижения ключевых показателей, целевых индикаторов стратегических программ; оценка вариантов соответствия использования государственных средств в соответствии с утвержденными стратегическими целями развития государства и его субъектов на средне- и долгосрочный период времени; оценка согласованности стратегических, промежуточных и тактических целей государства.

Последовательность проведения стратегического государственного аудита схожа с методикой проведения независимого аудита, но и имеет определенные отличия. Итак, процесс стратегического аудита условно можно разделить на три этапа: оценку обоснованности стратегических планов и программ, целесообразности их реализации; оценку эффективности формирования и использования государственных ресурсов с точки зрения возможности реализации в установленные сроки стратегических целей и приоритетов государственной политики; получение доказательств уровня достижения ключевых показателей, целевых индикаторов и подготовка на их основе комплексных выводов.

Субъектами стратегического аудита в Украине являются независимые аудиторы, ревизоры финансовых инспекций, работники Счетной палаты. В соответствии с Законом Украины «Об аудите финансовой отчетности и аудиторской деятельности» аудитор – это физическое лицо, подтвердившее квалификационную пригодность к осуществлению аудиторской деятельности, имеющее соответствующий практический опыт и включенное в Реестр аудиторских и субъектов аудиторской деятельности.

Аудиторов в разных странах называют по-разному. Так, например, в США бухгалтер-аудитор называется общественным или дипломированным бухгалтером, во Франции – бухгалтеры-эксперты или комиссарами по счетам, в Германии – контроллер хозяйства или контроллер книг, в Великобритании – ревизор или присяжный бухгалтер.

В Украине аудиторы могут работать индивидуально (только как физическое лицо – предприниматель) или в составе предприятия (юридического лица), с проведением сертификации. В зарубежных странах аудиторы тоже могут работать индивидуально, но обычно они объединяются в отдельные организации или фирмы, ведь тогда аудиторская деятельность становится более эффективной.

Согласно статистическим данным Реестра аудиторских и субъектов аудиторской деятельности по состоянию на 09.11.2018 г. в Украине насчитывается: аудиторов (физических лиц – предпринимателей) – 2 709 человек; субъектов аудиторской деятельности (юридических лиц) – 864 фирм.

Согласно Конституции Украины и Закона Украины «О Счетной палате» в Украине функции финансового контроля за деятельностью бюджетных учреждений осуществляет Счетная палата Украины. От имени Верховной Рады Украины она уполномочена не только осуществлять контроль за использованием средств из государственного бюджета, но и обязана контролировать их поступления.

Опираясь на мировой опыт, в Украине происходит переход от ретроспективных форм государственного контроля, таких, как ревизия и проверки, в новую его форму – государственный финансовый аудит. Это обусловлено необходимостью улучшения результативности государственного контроля в целом, улучшения деятельности исполнительных органов власти и различных организаций, использующих государственные ресурсы, а также необходимостью внедрения в бюджетной сфере новой, менее фискальной, но более оперативной и партнерской формы контроля.

Именно поэтому, взяв за основу зарубежный опыт, предлагаем следующие рекомендации по совершенствованию стратегического аудита как средства осуществления государственного финансового аудита в Украине: подготовку национальных стандартов и методической базы с международными и европейскими стандартами, учитывая евроинтеграционный курс Украины; разработку единой информационной базы и нормативно-правового обеспечения функционирования органов внутреннего и внешнего

аудита; на законодательном и практическом уровне обеспечение налаженного сотрудничества Счетной палаты с правоохранительными и судебными органами, что позволит добиться максимального возмещения нарушителями нанесенного государству ущерба и возвращения государственных средств, которые были использованы нецелевым путем; анализ опыта внедрения стратегического аудита в системе государственного финансового контроля зарубежных стран, его методологическое и правовое обеспечение, что будет способствовать разработке фундамента для совершенствования и дальнейшего развития существующей системы в Украине; подготовку кадров соответствующей квалификации, повышение престижности профессии, создание государственных мест в высших учебных заведениях Украины.

Стратегический аудит играет важную роль не только в современном ведении бизнеса, но и осуществлении государственного контроля. Во-первых, с помощью стратегического аудита оцениваются перспективы развития всей страны в целом, а также результаты крупных государственных программ и системных реформ, определяется стратегическое направление государственной политики. Во-вторых, его проведение позволяет сравнить несколько проектов государственного развития и выбрать наиболее выгодную стратегию для государства. В-третьих, стратегический аудит позволяет минимизировать риски в той или иной сфере.

Создание четкой законодательной основы является первым и очень важным шагом в направлении построения эффективной системы регулирования аудиторской деятельности, которая должна обеспечить повышение качества аудита финансовой отчетности в общественных интересах. Гармонизация законодательства в сфере аудита к европейским стандартам является одним из ориентиров Украины в рамках стратегии «Украина – 2020» и обязанностью в рамках Соглашения об ассоциации Украины с Европейским Союзом. Итак, критерием дальнейшего развития аудита в Украине является ориентация на принятые мировым сообществом международные требования к аудиторской деятельности и сопутствующих услуг.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

О. В. АЛЁШИНОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)
Науч. рук. **И. А. Шнып**

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО АУТСОРСИНГА НА СП ОАО «СПАРТАК»

Аутсорсинг – это передача на длительный срок в целом или частично необходимых организации различных управленческих функций или бизнес-процессов и, при необходимости, соответствующих ресурсов внешним исполнителям на контрактной основе для повышения эффективности деятельности организации.

Большинство белорусских предприятий характеризуются высокой степенью автономности организации производственного процесса, где значительную роль играют вспомогательные и обслуживающие подразделения. Обременение непрофильными видами деятельности в условиях нестабильности факторов внешней среды и растущей конкуренции на внутренних и внешних рынках существенно снижает эффективность их функционирования. Анализ опыта работы белорусских и зарубежных организаций показывает, что повышение эффективности деятельности обеспечивается, в том числе за счет оптимизации структуры организации путем выделения непрофильных производств и применения аутсорсинга.

В целях оптимизации организационно-производственной структуры и деятельности организаций, защиты интересов их работников, снижения затрат принято Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 4 февраля 2014 года № 95 «О передаче отдельных вспомогательных функций, непрофильных (неосновных) и вспомогательных производств республиканских унитарных предприятий специализированным организациям». Оно предусматривает широкое применение аутсорсинга белорусскими организациями, что должно способствовать сосредоточению всех ресурсов предприятий на основных видах деятельности с передачей вспомогательных функций профессиональным партнерам.

Значительный уровень затрат на содержание собственной ИТ-инфраструктуры, высокие требования к профессиональной подготовке ИТ-специалистов, необходимость использования при управлении информационными системами и корпоративными сетями специальных дорогостоящих инструментальных и программных средств заставляет искать альтернативные формы организации информационного обслуживания бизнес-процессов предприятия. Одной из таких форм является информационно-технологический аутсорсинг, направленный на снижение затрат организации. Данный вид аутсорсинга является одним из самых востребованных, и включает широкий спектр функций, которые связаны с обслуживанием компьютерной техники, сетевого оборудования, программного обеспечения, модернизацией и оптимизацией ИТ-систем.

При принятии управленческого решения по использованию ИТ-аутсорсинга и выборе поставщика данных услуг определяющим фактором является степень целесообразности его применения и качество предоставляемых услуг.

Преимуществом ИТ-аутсорсинга является его универсальность, так как его внедрение в организации автоматически устранит необходимость осуществления некоторых других путей повышения эффективности ИТ-подразделения, то есть в рамках реализации проекта аутсорсинга эффективность достигается по многим направлениям.

ИТ-аутсорсинг – частичная или полная передача работ по созданию, поддержке, обслуживанию и модернизации ИТ-инфраструктуры организациям, специализирующим

на абонентском обслуживании сторонних организаций и имеющих штат специалистов требуемой квалификации. Для них выполнение таких работ является профильным направлением деятельности.

IT-услуги в Республике Беларусь представляют такие компании как СООО «Системные технологии», ЗАО «НПП БЕЛСОФТ», ООО «АВЕРСОН-СОФТ», ООО «Ап-софт», частное сервисное унитарное предприятие «АйСервис» и др.

Рассмотрим возможность применения IT-аутсорсинга в СП ОАО «Спартак». В настоящее время в отделе АСУП работает три сотрудника: начальник отдела, инженер-программист и инженер-электронщик. В результате внедрения аутсорсинга начальник отдела будет выполнять функции координатора работ с фирмой аутсорсером (постановка задач, оценка результатов и др.), высвобождение работников будет наблюдаться в отношении инженера-программиста (заканчивается контракт в 2019 году), инженера-электронщика (работник пенсионного возраста). Сравнительный анализ затрат предприятия на содержание отдела АСУП и затрат при передаче функций IT-службы СП ОАО «Спартак» на аутсорсинг представлен в таблице 1, составленной по данным СООО «Системные технологии» [1]. Данная компания является крупнейшим поставщиком IT-решений для промышленных, финансовых и банковских организаций в стране.

Таблица 1 – Сравнительный анализ затрат предприятия на содержание отдела АСУП и затрат при передаче функций IT-службы СП ОАО «Спартак» на аутсорсинг

Собственные издержки предприятия на содержание отдела		Расходы предприятия при передаче функции IT-службы на аутсорсинг (по данным СООО «Системные технологии»)	
Расходы на оплату труда с отчислениями, тыс. руб.	43,58	Расходы на оплату труда с отчислениями, тыс. руб.	14,85
Расходы на обучение и повышение квалификации, тыс. руб.	16,77	Расходы на содержание программного обеспечения, тыс. руб.	4,80
Амортизационные отчисления, тыс. руб.	10,26	Амортизационные отчисления, тыс. руб.	10,26
Прочее, тыс. руб.	17,15	Расходы на техническую профилактику	4,59
		Расходы на обслуживание сети, тыс. руб.	6,68
		Расходы на работу с серверами, тыс. руб.	3,26
		Стоимость услуг аутсорсера, тыс. руб./год	21,30
Итого, тыс. руб.	87,76	Итого, тыс. руб.	65,74

Таким образом, передача на аутсорсинг функций IT-службы СП ОАО «Спартак» является экономически целесообразной, сокращение расходов на обслуживание ИТ-инфраструктуры предприятия составит 22 тыс. руб., также повысится производительность и уровень стабильности IT-систем.

Список использованной литературы

1 Сайт СООО «Системные технологии» [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://www.st.by/service>. – Дата доступа: 17.01.2019.

БАЙ СЯОСЯ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. А. Алексеенко,**

канд. экон. наук, доц.

ОСНОВНЫЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ В ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ

За последние десять лет поведение покупателей разительно поменялось. Сегодня значимый процент сделок осуществляется онлайн. Это означает то, что все клиенты

находятся на связи друг с другом, с организацией и ее конкурентами практически постоянно. Стимулировать многие сбытовые каналы (к примеру, товары, предлагаемые партнерам по бизнесу, продукцию массового спроса) можно и при помощи Интернета. Для таких целей можно создать интернет-магазин, то есть получить прямой канал сбыта, или же поддерживать традиционные точки продаж при помощи информационных порталов, корпоративных ресурсов, промо-сайтов. Стимулирование сбыта посредством каналов интернет-маркетинга можно осуществлять при помощи любых инструментов, начиная от текстовых объявлений или баннерной рекламы, и заканчивая специальными имиджевыми мероприятиями.

В числе самых популярных каналов и инструментов стимулирования продаж в Интернет-маркетинге находятся:

- продвижение сайта и SEO-оптимизация; с учетом поведенческих факторов;
- контекстная и медийная реклама;
- работа по популяризации бренда в соцсетях – Social Media Marketing;
- нетрадиционные методы, в том числе вирусный маркетинг [1].

Все названные выше инструменты повышения активности покупателей дают возможность широко охватить целевую аудиторию и помогают стимулированию сбыта. Это, как правило, все эти методы объединяет. Однако существует ряд факторов, которые выявляют отличия данных инструментов:

- форма оплаты (плата за достижение позиций в поиске или выход в ТОП-10, плата за показ, клик, действие посетителя);
- стоимость одного контакта с ЦА (целевой аудиторией). В SEO она довольно низка, а вот в рекламе (баннерной и контекстной) – существенно выше;
- площадки для взаимодействия с ЦА (тематические сайты, поисковики, социальные сети, онлайн СМИ);
- уровень доверия потенциальных клиентов к данным методам (результаты поисковой выдачи вызывают наибольшее доверие, а вот реклама, пусть и не очень навязчивая - все же поменьше);
- длительность эффективной работы. SEO работает круглые сутки, контекстная реклама может быть настроена по часам, или же завершается, когда заканчивается бюджет. Данный фактор требует особого внимания.

Для достижения наибольшей эффективности проводимой политики Интернет-маркетинга организация должна применять систему комплексных мер, к примеру, использование SEO + контекстная реклама или SEO + Social Media Marketing, которые гарантируют достижения результатов, т.е. способствуют появлению новых клиентов и росту продаж [2]. SEO-оптимизация в маркетинге (Search Engine Optimization, поисковая оптимизация) – это всестороннее развитие и продвижение сайта для его выхода на первые позиции в результатах выдачи поисковых систем (SERPs) по выбранным запросам с целью увеличения посещаемости и дальнейшего получения дохода. Данная услуга востребована представителями среднего и малого бизнеса, т.к. гарантирует невысокую стоимость привлечения покупателя. Продвижение осуществляется по семантическому ядру – перечню наиболее эффективных, целевых запросов, что способствует привлечению на веб-ресурс именно клиентов и покупателей. Контекстная реклама – это разновидность рекламы в сети, которая демонстрируется в результатах выдачи и на страничках некоторых сайтов. Этот рекламный инструмент отличается от аналогов тем, что зависит от пользовательского поискового запроса или же тематики посещаемого ресурса. Контекст позволяет четко отслеживать результаты и затраты, ведь оплата осуществляется только при клике по рекламному объявлению и переходу на веб-ресурс. Медийная реклама – разновидность графической рекламы на веб-ресурсах. Этот рекламный инструмент используется маркетингом и позволяет создать устойчивые ассоциации бренда с отдельными услугами или товарами, он способствует росту

известности и узнаваемости, формированию лояльности, укреплению статуса и имиджа. Эффективной такая реклама становится только при многочисленных показах. Она будет непродуктивна, если не обеспечить интенсивного, системного присутствия бренда в информационном поле [3]. SMM – социальный маркетинг в соцмедиа – это целенаправленная маркетинговая работа с соцсетями и тематическими сообществами. Она предполагает отслеживание мнений и упоминаний о бренде или товаре, участие в дискуссиях, привлечение аудитории в группы и т.д. Данный инструмент способствует росту лояльности и помогает эффективно решать различные маркетинговые задачи. Социальные сети с каждым днем набирают все больший вес. Вирусный маркетинг – создание и размещение в сети контента, стимулирующего к себе массовый интерес. Это ролики и флеш-приложения, мемы и другой привлекательный контент, который популяризуется и распространяется в Интернете силами самих пользователей, разнося также и необходимую маркетинговую информацию. Вирусная реклама дает эффективность и быстродействие. Инструменты PR в Интернете – это освещение работы компании на авторитетных веб-площадках и другие вариации связей с общественностью для развития бренда. Интересные публикации, освещающие важные события в жизни фирмы, показывают прозрачность и открытость бизнеса, способствуют формированию лояльности, улучшают имидж. Многие публикации в авторитетных СМИ и прочих популярных площадках активно тиражируются и цитируются другими ресурсами, что лишь помогает расширить присутствие бренда в сети.

Комплексный интернет-маркетинг сайта – это набирающая популярность услуга, предполагающая использование всех современных возможностей и маркетинговых активностей для развития бизнеса в Интернете в соответствии с разработанной стратегией. Общая эффективность такой услуги выше, чем отдельных инструментов в отдельности, так как тут действует лучший синергический эффект, обеспечиваемый взаимодействием разных каналов.

Список использованной литературы

1 Вертайм, Кент. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий / Кент Вертайм, Ян Фенвик. – М.: Альпина Паблишер, Юрайт, 2018. – 384 с.

2 Ли, Чарлин. Взрывная Web_Волна. Как добиться успеха в мире, преобразованном интернет-технологиями / Чарлин Ли, Джош Бернофф. – М.: Альпина Паблишер, Юрайт, 2018. – 280 с.

3 Зувев, М. Клиент не отвечает или временно недоступен Интернет-маркетинг. Взгляд практиков / М. Зувев, Д. Разваляев. – М.: Вершина, 2016. – 248 с.

А. В. ВЫСОЦКИЙ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Н. Говейко,**

канд. экон. наук, доц.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «ГОМЕЛЬЛИФТ» НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН

Экспортная деятельность является важной неотъемлемой частью развития предприятия, открытия новых перспектив, выхода предприятия на новый уровень. Однако выход на новые рынки не прост и требует затрат времени и финансовых средств. ЗАО «Гомельлифт» хоть и является довольно возрастной и узнаваемой компанией на территории Республики Беларусь, на международном рынке является новичком, только начавшим свой путь становления международной компанией. Первые поставки на экспорт произошли только в начале 2016 года.

Проанализировав экспортную деятельность предприятия, можно сделать вывод, что состояние экспорта на данном этапе развития благоприятно, так как уже с первых лет экспортной деятельности предприятие получает прибыль. Однако экспортная деятельность находится в развивающейся стадии, о чем свидетельствует доля выручки от экспорта в общей выручке предприятия. Стоит отметить некоторые проблемы в экспортной деятельности предприятия, которые связаны с недостатком опыта в организации экспортной деятельности. В первую очередь, основным недостатком экспортной деятельности является отсутствие системной экспортной стратегии, что может привести к негативным последствиям в дальнейшем.

Учитывая стремительное развитие информационных технологий, совершенствование экспортной деятельности может быть связано с использованием технологии блокчейн. Блокчейн – самодостаточная, но при этом предельно открытая структура, для работы которой не нужны третьи лица. Именно эту цель – отсутствие посредников – преследовали создатели биткойна, когда разрабатывали протокол передачи криптовалюты от пользователя к пользователю.

Блоки связываются в цепь при помощи сложных математических алгоритмов. Каждый новый блок присоединяется строго к предыдущему, имеет уникальную подпись и метку времени. Добавление нового звена в цепь подтверждается каждым участником системы и приводит к автоматическому обновлению реестра [1, с. 105].

У системы множество плюсов – она децентрализована, её почти невозможно взломать, а вся информация, которая формируется в блоки, автоматически подвергается шифрованию. При этом данные, которые поступают в блокчейн, изменить задним числом невозможно – в теории они хранятся там вечно и не на серверах, а на каждом компьютере одновременно.

Распространение информации без копирования многие уже сейчас называют новым интернетом или интернетом ценностей. Чтобы получить общее представление о технологии, вообразите себе огромную базу данных, которая тысячи раз продублирована в сети и регулярно обновляется, когда в неё добавляются новые блоки.

Принцип работы цепи блоков станет понятен, если мы рассмотрим его на примере денежной транзакции в криптовалюте. Поскольку цифровые деньги – это всего лишь блоки информации, алгоритм будет актуален для любых блокчейн-операций.

Этап 1. Принятие решения о транзакции и передача её в сеть. У вас есть биткойн-кошелёк, и вы захотели рассчитаться криптовалютой за покупку в интернет-магазине, который принимает цифровые деньги. Вы принимаете решение о выполнении транзакции и передаёте своё решение в сеть, состоящую из равноправных узлов.

Этап 2. Передача операции в P2P-сеть. Операция поступает в компьютерную сеть с помощью специальных алгоритмов. Автоматически запускается криптографическое шифрование транзакции и формируется новый уникальный блок, в котором есть ссылка на предшествующее звено и метка времени.

Этап 3. Валидация. Новый блок рассылается для проверки всем узлам системы, при этом каждый узел заносит его в свою базу данных. Цепочка обновляется, что автоматически и одновременно отражается в общем реестре. Процедура подтверждения транзакции и статуса пользователя называется валидацией.

Этап 4. Подтверждение транзакции и создание нового блока данных. После подтверждения новый блок данных занимает своё уникальное место в цепочке и становится его полноценной частью. Сведения об операции доступны всем пользователям, но само содержимое блока – только тому, у кого есть закрытый ключ.

Этап 5. Добавление нового блока к цепочке. Адресат транзакции получает биткойны на свой кошелек, что подтверждается обоими участниками транзакции. Каждая такая транзакция – это отдельный блок, который становится полноценным звеном цепочки.

Подлинность и уникальность нового блока подтверждается всеми участниками сети [2, с. 47].

Следующей проблемой ЗАО «Гомельлифт» можно назвать зависимость от компании «OTIS». Кроме очевидных преимуществ, связанных с упрощенным выходом на новые рынки, наблюдается очевидный недостаток в несамостоятельности предприятия принимать решения относительно своих экспортных партнеров.

Заключительной проблемой, связанной с экспортной деятельностью, является нежелание руководства заключать международные контракты, которые не будут приносить прибыли на первоначальном этапе. Данная политика предприятия мешает развитию предприятия, повышению его узнаваемости на международной арене, что приводит к уменьшению потенциальных клиентов и заказов.

Таким образом, для улучшения экспортной деятельности ЗАО «Гомельлифт» предлагаются следующие мероприятия:

- введение технологии blockchain;
- разработка экспортной стратегии;
- разработка маркетинговой стратегии на внешнем рынке в рамках экспортной стратегии (изменение логотипа и реклама в журнале «EconomicToday»);
- работа на международном рынке с низкой рентабельностью [3, с. 101].

Данные мероприятия позволят улучшить экспортную деятельность предприятия, будут способствовать его международной узнаваемости и повышению конкурентоспособности.

Список использованной литературы

- 1 Сергеевко, В.С. Экспортная деятельность и её роль в мировой экономике: курс лекций / В.С. Сергеевко. – М.: Экономика, 2016. – 110 с.
- 2 Дадалко, В.А. Международные экономические отношения: учеб. пособие / В.А. Дадалко. – Мн.: Армита – Маркетинг, Менеджмент, 2000. – 488 с.
- 3 Задулина, Г.В. Внешнеэкономические сделки как путь развития предприятия / Г.В. Задулина. – Мн., 2015. – 215 с.

Л. С. ГЕШТАРЁВА, К. В. ПАВЛЮКОВИЧ

(г. Минск, Институт Бизнеса Белорусского государственного университета)

Науч. рук. **Ю. Ю. Королёв,**

канд. экон. наук, доц.

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Для решения современных проблем оптимизации бизнес-процессов, повышения эффективности и оперативности принятия управленческих решений в Республике Беларусь в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 4 апреля 2013 года № 157 «О внесении изменений и дополнений в некоторые указы Президента Республики Беларусь», стало обязательным внедрение ведомственных систем электронного документооборота (далее – СЭД) для большинства государственных предприятий и органов [1]. Однако по состоянию на 1 января 2018 года, лишь 9 тысяч физических и юридических лиц из около 400 000, зарегистрированных на территории Республики Беларусь, были включены в систему межведомственного электронного документооборота, что указывает на существование ряда проблем, препятствующих широкому внедрению СЭД [2, 3].

Можно с уверенностью утверждать, что внедрение СЭД представляет интерес для всех организаций, пытающихся оптимизировать свои бизнес-процессы, повысить

качество предоставляемых услуг, учитывая современные экономические условия и запланированный на 2019 год полный переход всех государственных организаций на электронный документооборот [4]. Необходимость повсеместного внедрения СЭД неоспорима, ведь только массовый переход на электронный документооборот действительно поможет оптимизировать бизнес-процессы, облегчит межотраслевые коммуникации и будет способствовать более эффективному сотрудничеству между различными организациями.

Выдвинутая нами гипотеза гласит: основными факторами, препятствующими повсеместному внедрению СЭД, являются неподготовленность и нежелание сотрудников адаптироваться к новым технологиям, высокие затраты, связанные с внедрением новых информационных систем, и их несопоставимость с существующими на предприятиях системами.

Учитывая тот факт, что, согласно статистике, лишь 2,4 % юридических лиц и индивидуальных предпринимателей перешли на электронный документооборот, который обеспечивает интеграцию всех бухгалтерских систем предприятия, сокращает временные затраты, объем бумажной работы и способствует увеличению прозрачности в ведении дел, такой показатель указывает на присутствие серьезных препятствий на пути к полной автоматизации документооборота.

С целью выявления этих препятствующих факторов, были проведены интервью с представителями трех белорусских компаний: ООО «Райзинг», ООО «Финэкспертиза» и ООО «KPI Special». На заданный вопрос: «Что препятствует повсеместному внедрению СЭД в Беларуси?», были получены следующие ответы: человеческий фактор (нежелание и неподготовленность сотрудников к использованию новых систем); высокие финансовые затраты (значительная стоимость работ, связанных с внедрением СЭД, и неуверенность в окупаемости понесенных затрат); несовместимость с системами, эксплуатируемыми в организациях (возможные последующие технические трудности, связанные с интеграцией различных информационных систем); недостаточная урегулированность отдельных вопросов, связанных с функционированием СЭД на законодательном уровне (учитывая, например, существующие требования к предоставлению некоторых электронных документов (транспортных накладных и др.) в печатном виде).

Таким образом, для решения вышеперечисленных проблем нами были сформулированы следующие предложения. Руководство организаций должно принимать активное участие в мотивации сотрудников, готовить их к предстоящим изменениям и разъяснять достоинства СЭД. Внедрение СЭД должно быть последовательным и четко спланированным, особое внимание должно быть уделено практическому обучению сотрудников на примерах, с которыми они могут столкнуться при использовании СЭД.

Для решения финансовых вопросов, на наш взгляд, целесообразно подобрать уже существующую на рынке систему электронного документооборота, что будет менее затратным решением, чем разработка специализированной системы для конкретной организации. В случае, если типовая СЭД не позволит решить все поставленные задачи и возникнет необходимость в более дорогом специализированном решении, то целесообразным представляется реализовать пилотную версию проекта (для небольшой группы сотрудников), проанализировать полученные результаты и затем принять окончательное решение о внедрении СЭД.

Проблемы технического характера, связанные с потенциальной невозможностью интеграции СЭД с другими автоматизированными системами организации, могут быть решены путем предварительного анализа технических и функциональных возможностей эксплуатируемых систем и проверки их совместимости с выбранной СЭД.

Дальнейшее же законодательное регулирование на государственном уровне вопросов, связанных с функционированием электронных документов, электронной цифровой

подписи, технологий блокчейн и др. будет способствовать скорейшему и эффективно-му внедрению белорусскими компаниями электронного документооборота.

Таким образом, можно утверждать, что внедрение СЭД является необходимым шагом к оптимизации бизнес-процессов и повышению эффективности белорусских организаций. Существующие финансовые, технические, правовые и другие проблемы, препятствующие внедрению СЭД, могут быть решены, на наш взгляд, благодаря умелому материальному стимулированию и обучению персонала, обоснованному бизнес-анализу СЭД и дальнейшему урегулированию правовых вопросов со стороны государства.

Список использованной литературы

1 О внесении изменений и дополнений в некоторые указы Президента Республики Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь от 4 апр. 2013 года № 157 [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: http://kodeksy-by.com/norm_akt/source-%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%20%D0%A0%D0%91/type-%D0%A3%D0%BA%D0%B0%D0%B7/157-04.04.2013.htm. – Дата доступа: 20.01.2019.

2 Кузнецова, А. Электронный документооборот: вчера – мечта, сегодня – реальность, завтра – необходимость / А. Кузнецова // Экономическая газета [Электронный ресурс]. – 11.07.2017. – 2019. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/elektronnyj--dokumentooborot>. – Дата доступа: 21.01.2019.

3 Единый государственный регистр. Статистика за 2018 год [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://egr.gov.by/egrn/index.jsp>. – Дата доступа: 21.01.2019.

4 На электронный документооборот до конца 2019 года должны перейти все госорганизации Беларуси [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://www.belrynok.by/2018/07/18/na-elektronnyj-dokumentooborot-do-kontsa-2019-g-dolzheny-perejti-vse-gosorganizatsii-belarusi/>. – Дата доступа: 21.01.2019.

А. П. ИВАНЬКОВ

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)

Науч. рук. **Е. А. Левченко,**

канд. экон. наук, доц.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ, ПРОИЗВОДЯЩЕМ ИННОВАЦИОННУЮ ПРОДУКЦИЮ – СКИНАЛИ

Скина́ли – это инновационная продукция, декоративные панели с использованием стекла и нанесенной на него фотопечати. В основном под скинали понимают декоративную вертикальную поверхность, заполнение в двери при изготовлении шкафа-купе, вставку в фасад или другой элемент корпусной мебели, стеновую панель [1]. Идея о производстве и художественной обработке стекла заинтересовала нас в 2008 г. При изучении рынка с целью занять свою нишу, в которой не будет большой конкуренции, а соответственно и демпинга цен, жесткой борьбы, был обнаружен этот продукт. Он оказался очень привлекательным, удобным и многофункциональным решением вопроса в дизайне кухни, а также других интерьеров. К конкурентным преимуществам скинали, связанным с использованием информационных технологий относятся следующие:

– уникальность дизайна (нанесение фотопечати с любым изображением). Дизайн проекта – это создание модели изображения до момента установки изделия в 3D-визуализации на основании чертежей и фотографии кухни или помещения (дистанционно с помощью maig.ru и телефона, что оптимизирует процесс и экономит время клиента и предпринимателя). Следует отметить, что деятельность осуществляется с фотобанками мирового уровня, на сайтах которых располагается огромная масса изображений в большом разрешении на любую тематику;

– продвижение продукции и оптимизации сбыта с помощью интернет-технологий – это двигатель всей фирмы (сайт www.скинали-гомель.бел, express-remeslo.by, www.хочу-скинали.бел, листовки, флаеры, все возможные рекламные сайты и др.) [2]. Специфика в том, что сайт создавался не один – на данный момент их 3 (express-remeslo.by, www.Хочу-Скинали.бел, www.Скинали-Гомель.бел (первый сайт без «www», так как он SEO оптимизирован, т.е. сделан файл htess. «редирект», чтобы он не был склепным, и поиск не думал, что он копия). Все сайты создавались с промежутком примерно 6-12 месяцев и они находятся на первых местах в Google.by и Яндекс поисках. Продвижение осуществлялась с помощью SEO оптимизации см. в интернет, также за счет контекстной рекламы в Google Adwords, Yandex Direct, РСЯ (Баннерная пересеченная реклама). За счет этих инструментов и хорошего контента сайты заняли лидирующие позиции по таким запросам как «Заказать скинали в Гомеле», «Купить Скинали в Гомеле», так и во всех районах Гомельской области, а также по многим другим запросам, связанным со словом Скинали. В результате потенциальные клиенты, которые хотят заказать Скинали, звонят на три первых сайта и попадают через все сайты к нам, естественно, что в сайтах указаны разные номера телефонов, за счет этого создается впечатление, что они звонят в разные фирмы. На каждом номере их информируют о разных условиях и ценах. Клиент останавливает свой выбор на тех условиях, которые ему более интересны, но в любом случае он остается у нас;

– осуществление контроля с помощью множества инструментов и методик. Так, например, используется программа Googlekeeper, в которой есть возможность формировать список текущих дел и распределять их по пунктам. Все выполненные пункты видны в зачеркнутом виде, программа устанавливается на любой компьютер, смартфон и очень удобна и проста, синхронизирована со всеми устройствами коллектива. С помощью нее все видят задачи на день для каждого и текущие вопросы. В конце дня руководитель знает, кто и что выполнил (утром туда заносятся обязанности и задание для каждого на текущий день). В момент замера подключается следующий помощник Google Keep – это программа, которая заменяет на работе мастера, который должен был бы следить за ходом интеграции дизайнера, монтажников, замерщика технолога менеджера.

Goole Keep – интерактивное приложение, в котором можно выложить файлы, фотографии, написать текст. Таким образом, в нем отображаются адреса замеров с номером телефона, имя и примечания (их вносит менеджер после заявки клиента). Эту информацию видит замерщик, сразу делает звонок потенциальному клиенту для согласования точного времени и даты прибытия к нему. Далее он делает замер, составляет технологический чертеж и фото кухни. Составленное он выкладывает в отдельно созданную ячейку с определенным нарядом, с заметками и пояснениями для монтажников и дизайнера, дизайнер, в свою очередь, увидав, что появился новый наряд, созванивается с клиентом и начинает работу по подбору изображения на рабочую зону кухни клиента. Те картинки, которые выбирает клиент с помощью программы Corel Draw, он вмонтирует в фото кухни, что бы клиент увидел конечный результат до монтажа. Тем самым мы исключаем разочарование клиента. После того, как клиент согласился с предложенным, дизайнер делает пометку «согласованно» и отправляет файлы в печать. Все это время идет процесс раскроя стекла, обработки и закалки, когда печать изготовлена и стекло доставлено на наше производство, ячейка становится красного цвета – это видят рабочие на производстве и понимают, что значить все для дальнейшего изготовления есть. Далее они изготавливают конечный продукт и присваивают ячейки зеленый цвет, что, в свою очередь это замечают монтажники и сразу же созваниваются с клиентом, говоря ему о том, что ваш заказ готов, и мы готовы приехать на монтаж. После монтажа все удовлетворены результатом нашей слаженной работы благодаря информационным технологиям.

Список использованной литературы

1 Скинали [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://www.ru.wikipedia.org/wiki/ru>. – Дата доступа: 10.10.2018.

В. Б. КИСЕЛЬ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы)
Науч. рук. **Ли Чон Ку**,
канд. экон. наук, доц.

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ В ОБЛАСТИ АВТОМАТИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В настоящее время в Республике Беларусь происходит цифровизация в экономике. Отражается это и на подходе к решению организации бизнес-процессов на предприятии. Это значит, что компании переходит на автоматическое решение всех повседневных для компании задач, которые нужны в процессе ведения и обеспечения бизнеса. В условиях высокой и постоянной конкуренции на рынке компаниям необходимо идти в ногу со временем и использовать последние достижения рынка информационных технологий. Автоматизированные системы дают возможность получать своевременные и прозрачные данные о проделанной работе всего персонала. Кроме этого, система позволяет получать отчеты о текущей ситуации выполнения поставленных задач, что позволяет проводить подробный анализ ситуации в компании. Основной задачей автоматизации является оптимизация деятельности, что, свою очередь, приводит к росту финансовых показателей, а это очень важно для бизнеса.

При исследовании компаний, производящих программные продукты для автоматизации деятельности предприятий, было выяснено, что, несмотря на большое количество решений, автоматизирующего тот или иной бизнес-процесс, у каждой из них, все они поставляют схожий по функционалу программный продукт – система класса ERP. Аббревиатура ERP произошла от английского (Enterprise Resource Planning System), что переводится как система планирования ресурсов предприятия. Продукт представляет собой целостную систему управления компании, которая объединяет ресурсы предприятия по разным подразделениям[1].

Преимущества внедрения ERP-систем:

– ERP системы объединяют сразу все отделы в компании и бизнес процессы. Это значит, что такая система будет работать намного стабильнее, чем несколько программ, автоматизирующих различные участки;

– отличительной особенностью таких программ является то, что вести учет в них можно в мельчайших подробностях;

– полный контроль каждого участка и как следствие, более эффективный менеджмент;

– адаптация под нужды бизнеса. Неважно, в предприятии какой сферы внедряется ERP. Единственное необязательное требование – многочисленный штат сотрудников и наличие самого предмета автоматизации;

– масштабирование. ERP-системы хорошо работают с большим количеством пользователей, работающих одновременно в программе и предназначены для учета, планирования и отражения отчетности сразу в больших масштабах;

– возможность работы с несколькими подразделениями одной корпорации в единой системе.

Анализ ERP – систем позволил сформулировать следующие недостатки: высокую стоимость; трудность обслуживания; высокие требования к оборудованию в компании;

продолжительность внедрения; высокую зависимость от компании, которая внедрила данную систему.

В ходе исследования были выявлены следующие причины возникновения рисков, препятствующие целостному внедрению ERP-систем на предприятиях Республики Беларусь:

- новый опыт в IT сфере;
- реализация программ и сопутствующих законодательных актов;
- отсутствие конкретной формулировки запросов к образовательному процессу;
- недостаточные ресурсы[2].

Наибольшее распространение на территории Республики Беларусь получили ERP-системы следующих компаний-разработчиков: 1С, Oracle, SAP, Галактика ERP.

Данные системы занимают около 75 % рынка ERP-систем Республики Беларусь.

Проведенное исследование позволяет сделать выводы о том, что:

- в Беларуси имеются препятствия на пути внедрения ERP-систем силами белорусских компаний. Нередки случаи по обращению в российские компании имеющие богатый опыт такого рода деятельности;
- внедрение ERP-систем происходит в большинстве случаев на крупных предприятиях с огромными ресурсами, в силу финансовых возможностей приобретения ERP;
- организация франчайзинга по продаже программных продуктов для автоматизации предприятий на территории Республики Беларусь – перспективное решение, так как это позволяет компаниям франчайзи взаимодействовать с клиентами, находясь непосредственно рядом с ними, а также позволяет клиентам быть уверенным в своевременности поддержки программных продуктов.

Список использованной литературы

1 Что такое ERP система и для чего она нужна? [Электронный ресурс]. – Киев, 2019. – Режим доступа: https://sitis.com.ua/about/articles/chto_takoe_erp_sistema_i_dlya_chego_ona_nuzhna. – Дата доступа: 22.01.2019.

2 Довгялло, М.В. Перспективы внедрения ERP-систем в Республике Беларусь / М.В. Довгялло // Беларусь в современном мире: матер. VII Междунар. науч. конф. студ., аспирантов и молодых ученых; под общ. ред. В. В. Кириенко. – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2014. – С. 192-195.

С. Д. КОНВИСАР

(г. Гродно, Гродненский государственный университет им. Янки Купалы)

Науч. рук. **Ли Чон Ку,**

канд. экон. наук, доц.

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ И ПРОДВИЖЕНИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ТОВАРОВ ИННОВАЦИОННОЙ ФИРМЫ

Большая роль во внедрении новых товаров и улучшении благосостояния населения принадлежит инновационным фирмам. Их деятельность напрямую связана с наукоемким производством и использованием в своих продуктах результатов научно-исследовательских разработок. Деятельность таких компаний имеет ряд особенностей, среди которых высокий риск убыточности предприятия, регулярная работа в условиях неопределённости и высокой конкуренции.

Компания Tesla, занимающаяся производством электромобилей и внедрением современных технологий по накоплению и использованию солнечной энергии, является всемирно известной инновационной фирмой. Особенностью автомобилей Tesla является отсутствие необходимости использования двигателя внутреннего сгорания, впервые

вошедшего в широкое применение в автомобилестроении благодаря американскому промышленнику и конструктору Генри Форду. Начиная с 2011 года, компания Tesla запатентовала около 300 высокотехнологичных приборов и их компонентов, большая часть из которых используется в готовых электромобилях и оборудовании по работе с солнечной энергией [1]. На данный момент компания выпускает три легковых автомобиля и готовит к серийному выпуску обновленный спортивный и грузовой автомобили [2].

Легковые электромобили данной компании обладают рядом характеристик, сочетание которых недоступно в автомобилях конкурентов. Среди таких особенностей можно отметить большой объем полезного пространства в салоне, высокие динамические показатели, удобство управления автомобилем и контролем его внутренних систем, а также высокий уровень безопасности всех пассажиров. Кроме того, была создана целая инфраструктура для зарядки и обслуживания уникальных транспортных средств. Достижение данных характеристик доступно благодаря следующим особенностям разработки электромобилей Tesla.

Большой объем свободного пространства достигается за счет использования компактных электродвигателей. Разработка подобного устройства была начата еще в XX веке ученым Николой Тесла, но окончательный вид приобрело только благодаря деятельности научного и инженерного отделов компании. Более того, в связи с особенностями их строения автомобили Tesla не оборудуются трансмиссией: вся мощность и крутящий момент передаются непосредственно на колеса. Следовательно, двигатели можно разместить на самих осях между колесами. Как итог, седан Tesla Model S предполагает установку дополнительного третьего ряда сидений и наличие двух багажных отделений: в передней и задней частях автомобиля. Подобное решение недоступно для обычных автомобилей с двигателем внутреннего сгорания и установленной коробкой передач, так как эти агрегаты занимают значительную часть пространства. Размещение аккумуляторных батарей в полу автомобиля также позволяет значительно экономить пространство в салоне.

За счёт особенностей своей работы электродвигатели позволяют достигать высоких динамических характеристик автомобиля. Подобные динамические показатели недоступны многим обычным автомобилям, работающим на двигателе внутреннего сгорания.

Высокий комфорт от управления доступен благодаря низкому центру тяжести, так как аккумуляторные батареи расположены низко относительно кузова. Контроль внутренних систем осуществляется с планшета, встроенного в центральную консоль автомобиля. Операционная система, специально разработанная с учетом предпочтений владельцев различных мобильных устройств, позволяет быстро привыкнуть к расположению основных элементов управления. Компании Tesla удалось создать весьма эргономичный и логичный интерфейс управления всевозможными подсистемами, не потеряв в визуальной привлекательности [3].

Компания занимается производством, продажей и установкой уникальных зарядных станций Tesla Supercharger. Для восстановления уровня энергии достаточно около 30 минут, а отслеживать его можно при помощи специального мобильного приложения. На текущий момент по всей Северной Америке, Азии и Европе установлено более 1350 заправочных станций, на которых размещено 11 400 зарядных устройств Tesla Supercharger [4].

Продвижение товаров компании Tesla повышает лояльность клиентов к фирме и имеет ряд особенностей. Основное отличие Tesla от многих других мировых автопроизводителей – у фирмы нет традиционной рекламы в СМИ или интернете. Вместо неё используется подход установления связей с общественностью. Большую роль в этом играет личный бренд Илона Маска – генерального директора компании.

Активное развитие прямого маркетинга позволяет устанавливать доверительные и долгосрочные отношения с клиентами. Отказ от традиционных дилерских сетей по продажам автомобилей и переход к продажам только через официальный сайт компании позволил отказаться от информационных посредников. Благодаря этому, облегчается процесс составления аналитики эффективности и качества работы отдела по продажам.

Персонализация автомобилей благодаря выбору комплектации и оформления салона позволяет клиентам почувствовать себя уникальным и важным для компании. На официальном сайте доступен конструктор, в котором можно выбрать интересующие дополнения базовых моделей автомобилей [5].

Обслуживание автомобилей происходит в специальных сервисных центрах. Там клиенты могут обратиться за помощью к специалистам или обслуживать свои автомобили самостоятельно. Также компания предлагает услуги механиков на дому. Специалисты Tesla готовы обслужить автомобили клиентов в их доме.

Уникальность каждого автомобиля, отсутствие скидок и ограниченная возможность записи на тест-драйв делает владельцев электромобилей Tesla более уважаемыми среди других автолюбителей, а сами автомобили становятся более желанными для потенциальных клиентов.

Большая часть клиентов Tesla – жители США, стран Западной Европы и Восточной Азии. Выход на рынок России и Беларуси будет затруднительным для компании, так как многие потребности местных жителей могут удовлетворить автомобили конкурентов, которые стоят значительно дешевле. Попытки вывода электромобилей на рынок данных регионов будут связаны с риском больших финансовых затрат, так как повлекут за собой создание соответствующей инфраструктуры. Более того, на данный момент жители Беларуси и России не готовы к переходу на альтернативные источники энергии, потому что для них приобретение соответствующего оборудования связано с неизвестностью и высокими рисками.

Электромобили Tesla позиционируются как решение современных экологических проблем, связанных с повышенным потреблением энергетических ресурсов. За счёт определенных особенностей конструкции такие электромобили гораздо удобнее в использовании и эксплуатации, чем автомобили с двигателями внутреннего сгорания конкурентов. Продвижение товаров Tesla осуществляется за счёт установления доверительных отношений между продавцом и покупателем. Этому способствует общение с официальными представителями через социальные сети и форум, прямой маркетинг и высокое качество послепродажного обслуживания.

Список использованной литературы

- 1 TESLA MOTORS, INC. – Patent Applications [Electronic resource]. – 2018. – Access mode: <http://www.patentsencyclopedia.com/assignee/tesla-motors-inc> . – Access date: 27.01.2018.
- 2 Модельный ряд Tesla [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.allcarz.ru/catalog/tesla/>. – Дата доступа: 27.01.2018.
- 3 Обзор бортовой системы в Tesla [Электронный ресурс]. 2018. – Режим доступа: <https://habr.com/company/mailru/blog/231627/>. – Дата доступа: 27.01.2018.
- 4 Tesla Supercharger [Electronic resource]. – 2019. – Access mode: https://www.tesla.com/en_EU/supercharger. – Access date: 27.01.2018.
- 5 Electric Cars, Solar Panels & Clean Energy Storage | Tesla [Electronic resource]. – 2018. – Access mode: <https://www.tesla.com/>. – Access date: 27.01.2018.

А. А. КРИВЦОВА, А. А. ЧУЧМАН

(г. Киев, Киевский национальный экономический университет имени В. Гетьмана)

Науч. рук. **Н. А. Бойко,**

канд. пед. наук, доц.

СОЗДАНИЕ СТУДЕНЧЕСКОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПОРТАЛА

С развитием электронных СМИ и медийных средств коммуникаций в современном мире происходит переход от вербальных к визуальным образам восприятия информации. Стремительному распространению визуализации в мире способствуют быстрая трансляция видимого текста, отсутствие языкового барьера и интеллектуальных усилий для осмысления образной информации. Визуализация давно нашла отражение и в туристическом бизнесе, прежде всего, на рекламных сайтах туристических фирм и сайтах городов. В основном, такие визуальные образы представлены фото и видеоматериалами, сопровождающиеся разной по объему информацией. Конечно, при создании студенческого туристического портала обязательным условием стал длительный поиск, анализ и систематизация большого количества разнообразного материала. Обобщенную информацию при этом было предложено подавать в виде символов – пиктограмм, с помощью инфографики. Считаем, что частью визуального образа является также короткий текст, который его сопровождает. Когда изображение взаимодействует вместе с текстом, одновременно воспринимаются две составляющие: визуальная и вербальная. Использование инфографики набирает все большую популярность в экономической аналитике, появилась она в разной интерпретации и на некоторых туристических сайтах, что в целом рекламируют страны. Эта малораспространенная в туризме отрасль дизайна вызвала большой интерес у студентов при создании портала. По нашему мнению, с развитием урбанистического туризма, в инфографике целесообразно представлять именно сайты наиболее популярных туристических центров, в первую очередь, наиболее посещаемых крупных городов Европы.

Созданный проект является актуальным и необходимым, так как предоставляет новые возможности для достижения поставленных целей, а именно продвижение туристического продукта для широкого круга потенциальных потребителей. Целью создания и использования инфографики туристического портала является быстрое и эффективное получение и распространение информации инновационным путем. Таким образом, визуализация с помощью инфографики имеет определенные преимущества, в частности:

- возможность эффективно акцентировать внимание на главном;
- привлечение и удержание интереса туристов;
- размещение большого объема информации, избежание информационной перенасыщенности;
- выделение сравнений, взаимосвязей, развития или спада и др.;
- эстетичность.

При разработке методики поиска информации и выделения основных показателей были учтены общие сведения и интересные факты о городе, которые могут быть полезными для туристов, а именно:

- транспортная инфраструктура города (аэропорты, расстояние до центра, городской транспорт, цена проезда, типы билетов, скидки, штрафы и т.д., система велопроката);
- организация питания (традиционная кухня, стоимость продуктов, типы заведений ресторанного хозяйства и стоимость питания); организация проживания (средняя стоимость гостиничного номера, категории отелей и стоимость проживания);

– экскурсионное обслуживание (туристическая карта, ее особенности, экскурсионные автобусы, обзорные пешеходные или автобусные экскурсии, бесплатные экскурсии);

– развлечения и досуг (праздники и фестивали, главные аттракционы города (график работы, выходные, стоимость билета, скидки, дни открытых дверей); шопинг и сувениры (развлекательные и шопинг-центры, ярмарки, сувенирная продукция). Надлежащая информация предложена как в развернутом виде (презентации городов), так и в виде инфографики.

В туристической индустрии, где характерным признаком информации является обладание способностью быстро изменяться и обновляться, инфографика имеет свои преимущества. Главными составляющими выступают дизайнерская и аналитическая работа, поскольку важным в данном случае является подача современной и актуальной информации, которая нужна потенциальным клиентам. Студенческий туристический портал, размещенная на нем и апробированная на личном опыте инфографика, вызвали интерес не только индивидуальных туристов, а и профессиональный интерес туристических фирм, о чем свидетельствуют их положительные отзывы.

Ю. В. КУРОЧИЦКАЯ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы)

Науч. рук. **Е. Л. Разова,**

канд. филос. наук, доц.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

В условиях современной экономики выигрышные позиции занимают организации, способные контролировать большой поток информации. До недавнего времени сбор и хранение информации носило централизованный характер. Однако революционный прорыв в сфере IT-технологий в 2009 году, связанный с появлением технологии блокчейн, открыл новые возможности для обработки информации.

Блокчейн – это распределенная база данных, у которой устройства хранения данных не подключены к общему серверу. Эта база данных хранит постоянно растущий список упорядоченных записей, называемых блоками. Каждый блок содержит метку времени и ссылку на предыдущий блок, что в свою очередь обеспечивает безопасность данных [1].

Принципиальное новшество блокчейна заключается в том, что данная технология не требует устанавливать и поддерживать доверительные отношения с посредниками по транзакциям, а позволяет полностью децентрализовать транзакции между любыми участниками в глобальном масштабе. Блокчейн является своего рода децентрализованной бухгалтерской книгой, которая записывает транзакции в хронологическом порядке. Транзакции, записанные в блокчейне, могут включать обмен денег, имущества или чего-либо, что требует обязательного контракта или авторизованного доступа. Применение функций блокчейна позволяет устранить некоторые проблемы, которые присущи в различных отраслях путем прозрачного, автоматического, немедленного и отслеживаемого обновления регистров.

На основе технологии блокчейна каждый год разрабатываются и внедряются крупные проекты, позволяющие обеспечить управленческие процессы во многих сферах деятельности. Однако основной акцент в данной работе сделан на применение блокчейна в малом бизнесе. Из-за своих уникальных характеристик, позволяющих малому бизнесу быстро реагировать и внедрять новшества в свой производственный (управленческий) процесс, технология блокчейн несет в себе поистине огромный потенциал.

Во-первых, это денежные переводы и платежи. Самое известное применение блокчейна – это возможность принимать и отправлять платежи. Поскольку изначально технология блокчейн создавалась как компонент цифровой валюты – биткойна, где блокчейн играет роль главного общего реестра для всех операций с криптовалютой. Использование данной операции на основе технологии блокчейна позволяет безопасно и напрямую переводить средства клиентам, сотрудникам и поставщикам организации с минимальными затратами на обслуживание. Это обусловлено тем, что исключаются посредники, которые замедляют перевод средств между некоторыми банками. Данная операция займет всего пару минут, но этого достаточно, чтобы получить более эффективный транзакционный процесс, который приводит к снижению затрат и улучшению контрактных договоренностей. Компании Blockchain и ledger совместно разработали уникальный криптовалютный кошелек Blockchain Lockbox, который записывает все криптовалютные платежи клиентов, а также платежи компании с использованием криптовалюты, позволяющий управлять активами организации в онлайн- и оффлайн-режиме через единый интерфейс. Перенос средств в оффлайн-режим позволит обеспечить дополнительную защиту от хакерских атак.

Во-вторых, смарт-контракты. Смарт-контракт – это протокол, закодированный в блокчейн, который автоматически облегчает, проверяет или обеспечивает выполнение контракта, когда выполняются определенные критерии для обмена почти всего, что имеет ценность, без использования посредника. В настоящее время смарт-контракты помогают облегчить обмен криптовалютой. Компании смогут использовать умные контракты для снижения затрат на подмножество распространенных транзакций и обхода многочисленных регламентированных правил и норм [2, с. 63].

Например, субъекту малого бизнеса необходимо взять в аренду оборудование для работы. Для этого он должен стать пользователем Slock, который представляет собой платформу Internet-of-things и поддерживающую платформу Ethereum. Она использует умные контракты для того, чтобы пользователи (в данном случае субъекты малого бизнеса) могли внести на депозит указанную сумму, отправив в блокчейн Эфириума необходимую транзакцию, после чего ему будет предоставлено разрешение отпираться и запереть смарт-замок с помощью телефона. Депозит будет заблокирован в блокчейне, пока пользователь не возвратит виртуальный ключ, отправив еще одну транзакцию в блокчейн. Контракт будет автоматически активирован и возвратит депозит пользователю за вычетом арендной платы, которая будет отправлена владельцу Slock. Преимущество данного процесса заключается в том, что на протяжении всей операции действия происходят без посредников.

В-третьих, облачное хранение данных. Технология блокчейна позволяет создавать децентрализованные хранилища, которые в свою очередь гарантируют защиту данных. За заранее согласованную оплату, данные могут храниться у любого пользователя интернета.

Платформа Storj идеально подходит для выполнения этой функции. Storj – это децентрализованная система хранения, которая позволяет безопасно хранить файлы в зашифрованном виде. Идея данной платформы заключается в том, чтобы позволить людям сдавать в аренду и получать прибыль от неиспользуемого места на жестком диске и пропускной способности интернета. Эта технология представляет собой аналог Airbnb в сфере хранения данных [3].

В-четвертых, это идентификация личности. С помощью применения блокчейна можно закодировать информацию о личности человека и использовать смарт-контракты для проверки личности пользователя, прежде он пройдет цифровую точку доступа к конкретной информации или транзакции. Это поможет малому бизнесу сохранить премиум-контент и информацию в безопасности, предоставляя доступ только проверенным лицам.

Появление технологии блокчейн свидетельствует о том, что общество готово отойти от нынешней централизованной системы управления различными видами общественной и коммерческой деятельности с закрытой и контролируемой инфраструктурой, к прозрачной и безопасной децентрализованной системе. Можно прогнозировать, что благодаря этой технологии возникнут новые, прежде невозможные подходы к сотрудничеству и взаимодействию в предпринимательской деятельности, что преобразит многие отрасли и организации.

Список использованной литературы

- 1 Все о мире Bitcoin [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://bitnovosti.com>. – Дата доступа: 03.01.2019.
- 2 Свон, Мелани. Блокчейн: схема новой экономики/ Мелани Свон. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. – 240 с.
- 3 Ein Buch für Alle und Keinen [Electronic resource]. – 2018. – Access mode: <https://impgun.wordpress.com>. – Access date: 04.01.2019.

А. С. ЛЕВАХИН

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы)

Науч. рук. **Е. Л. Разова,**

канд. филос. наук, доц.

ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГРОДНЕНСКОГО РЕГИОНА НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

Значительное влияние информатизации испытывает на себе сфера услуг. В частности, современные информационные технологии вносят значительный вклад в развитие туристической отрасли. Туризм сегодня – это одна из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства, которая оказывает существенное влияние на многие секторы экономики.

Важнейшей задачей в развитии региональной туристической индустрии является формирование и поддержка качественной информационной инфраструктуры. Особую роль в этом контексте играют региональные сайты, туристические веб-порталы, информационные справочники и путеводители, предоставляющие пользователю описание туристического потенциала региона, деятельности туристических центров, а также предоставления туристических услуг.

Применение информационных технологий в сфере регионального туризма позволяет находить ответы на многие вопросы, например, оценивать реальное состояние туристической индустрии и очерчивать текущие проблемы развития региона; определять наиболее перспективные туристические направления, отвечающие современным требованиям и стандартам, а также интересам как туристов, так и самого региона; определять, каким образом улучшать туристическую привлекательность региона и стимулировать его социально-экономическое развитие.

Согласно Указу Президента Республики Беларусь с 26 октября 2016 года иностранные туристы могут посетить г. Гродно и Августовский канал в рамках безвизового туристического режима. 1 января 2018 года срок безвизового пребывания на территории Гродно и Гродненской области был продлен на период до 10 дней и распространен на граждан из 77 стран.

Согласно официальной статистике, наблюдается положительная динамика роста туристического потока в Гродненский регион: если за 2016-2017 годы территорию безвизового пребывания г. Гродно посетило около 55 тысяч иностранных туристов из

70 стран, то в 2018 году безвизовые территории г. Гродно посетили более 90 тысяч туристов [1]. Для сравнения, с января по октябрь 2017 года возможностью приехать по безвизовому режиму воспользовались чуть более 39 тысяч иностранных туристов [2]. Рост туристического потока порождает необходимость в качественном и оперативном информационном сопровождении туриста.

Современные сервисы обмена мгновенными сообщениями в сети Интернет, более известные как мессенджеры, представляют собой универсальную среду для коммуникации и развлечения. Особенно актуальными сегодня являются мессенджеры с поддержкой технологии чат-ботов, которые способны имитировать общение пользователя с одним или несколькими виртуальными собеседниками.

В современных реалиях динамично растущей конкуренции одно из основных требований, предъявляемых к компаниям и организациям, – адаптация под постоянно меняющиеся условия внешней среды. В этом аспекте чат-боты находят свое новое применение в качестве инструмента Интернет-маркетинга, становясь каналом продвижения и рекламы, привлечения клиентов, формирования приверженности потребителей к компании.

Перспективным направлением, на взгляд автора, является применение технологии чат-ботов как средства продвижения туристического потенциала, повышения туристической привлекательности региона на международном рынке.

Стартом для реализации проекта стала потребность в информационной системе в виде интерактивного электронного путеводителя по наиболее знаковым и историческим объектам г. Гродно для сервиса обмена мгновенными сообщениями Telegram (рисунок 1).

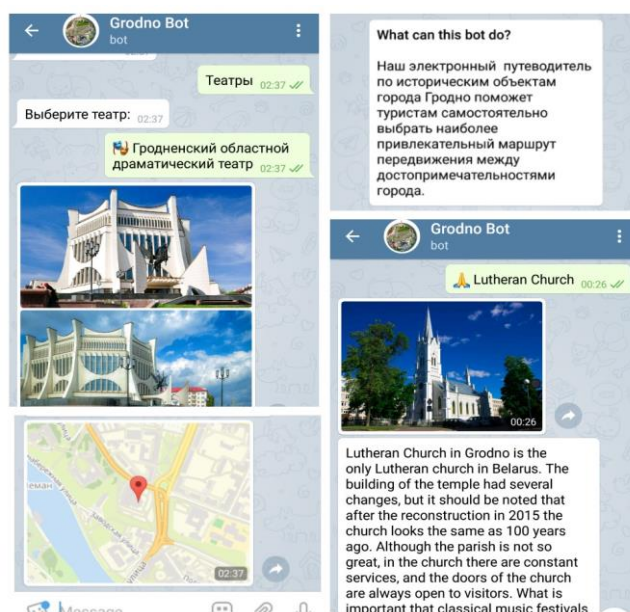


Рисунок 1 – Электронный путеводитель «Grodno Bot»

Проект направлен на развитие туристической отрасли г. Гродно и обеспечение туристов достоверной и актуальной информацией. Чат-бот нацелен на продвижение г. Гродно среди туристов, повышение его привлекательности как для жителей Беларуси, так и гостей из-за рубежа. Пользователю не требуется скачивать дополнительное приложение, а достаточно установить мессенджер и подписаться на чат-бота. Кроме того, чат-бот не ограничивает пользователя в использовании гаджета, поскольку мессенджеры работают и на смартфоне, и на планшете, а также компьютере.

Ввиду популярности белорусского направления у не только русскоговорящих, но и англоговорящих туристов (среди гостей из-за рубежа – граждане таких стран, как

Великобритания, США, Канада, Австралия и другие), предусмотрена доступность чат-бота, в том числе, и на английском языке.

Таким образом, использование электронного путеводителя по наиболее знаковым и историческим объектам г. Гродно должно обеспечить решение следующих задач: упрощение доступа пользователя к информации о туристических объектах, маршрутах, достопримечательностях г. Гродно; обеспечение оперативного предоставления пользователю информации о туристических объектах, маршрутах, достопримечательностях г. Гродно; содействие росту спроса туристических услуг; повышение туристической привлекательности г. Гродно; содействие развитию туристического бренда Гродненского региона.

Список использованной литературы

1 Итоги туристического 2018 года [Электронный ресурс] / Официальный сайт Управления спорта и туризма Гродненского облисполкома. – 2019. – Режим доступа: <http://www.oblspport.grodno.by/ru/projects/30120/>. – Дата доступа: 06.01.2019.

2 Безвизовый порядок въезда и выезда иностранных граждан. Итоги 2017 года [Электронный ресурс] / Официальный сайт Гродненского районного исполнительного комитета. – 2019. – Режим доступа: <https://grodnorik.gov.by/uploads/files/materialy/turizm/2018/Itogi-turizm2017.pdf>. – Дата доступа: 06.01.2019.

В. А. МИНОСЯН

(г. Сочи, Сочинский государственный университет)

Науч. рук. **В. В. Коваленко,**

канд. тех. наук, доц.

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ДИСПАНСЕРИЗАЦИИ ВЗРОСЛОГО НАСЕЛЕНИЯ

Одними из ключевых проблем проведения диспансеризации, с которыми сталкиваются непосредственно занятые в ней специалисты, являются проблемы, возникающие на организационном уровне. Цепочка «предприятие-поликлиника» или «пациент-поликлиника», несмотря на кажущуюся простоту, достаточно сложна, и состоит из множества звеньев, не просто косвенно связанных между собой, а напрямую влияющих друг на друга. Неразбериха на первом и одном из самых важных уровней проведения диспансеризации, организационном, в дальнейшем может создать серьёзные трудности, как для пациента, так и для врача, медсестры или работника регистратуры.

Так, приглашённые на диспансеризацию пациенты не всегда являются в поликлинику в указанный срок или являются тогда, когда назначено явиться уже другим пациентам. Это приводит к появлению очередей и увеличению нагрузки персонала поликлиники, участвующего в процессе проведения диспансеризации.

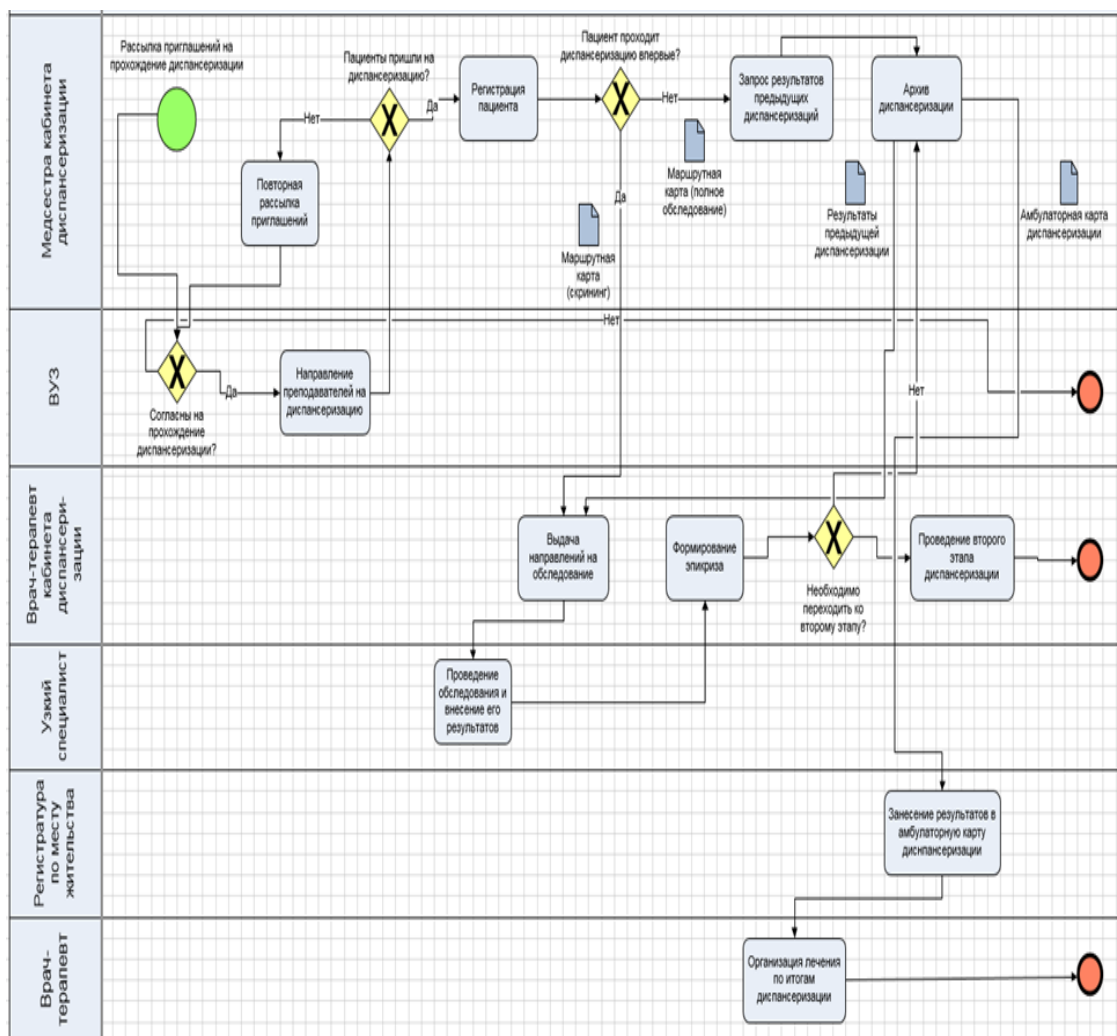
Другой серьёзной проблемой является невозможность учета результатов предыдущих диспансеризаций, что не обеспечивает возможности контроля динамики болезни пациентов и усложняет формирование маршрутных карт диспансеризации.

Более того, итоги диспансеризации в большинстве случаев не доходили до участкового врача. В основном это зависело только от инициативы самих пациентов. Поэтому участковый врач не имел возможности учитывать результаты диспансеризации при оценке состояния здоровья пациентов и их лечении.

Эти проблемы значительно обостряются из-за внесённых в 2018 году изменений в Трудовой Кодекс РФ в соответствии с Федеральным законом № 353-ФЗ «О внесении изменения в трудовой кодекс Российской Федерации», который для различных возрастных категорий взрослого населения сокращает периодичность прохождения диспансеризации. Так, для пенсионеров проведение диспансеризации должно быть

ежегодным, а работодателей обязывают освобождать своих сотрудников на два рабочих дня с сохранением за ними места работы (должности) и среднего заработка.

В связи с этим было принято решение о применении процессного подхода в управлении проведением диспансеризации. В результате был сформирован сквозной бизнес-процесс «Управление диспансеризацией взрослого населения», который объединил в единое целое деятельность всего медицинского персонала и руководства предприятий, работники которых проходят диспансеризацию в данной поликлинике (рисунок 1).



Проект выполнен в среде российского пакета бизнес-моделирования «Business Studio», который обеспечивает не только построение модели бизнес-процесса, но заполнение для каждой функции процесса сведений о владельце и исполнителе данной функции, а также о показателях эффективности, с помощью которых оценивается эффективность выполнения этой функции. Наличие такого рода сведений в базе знаний пакета «Business Studio» позволяет в автоматическом режиме сформировать комплект регламентирующей документации в следующем составе: регламент процесса, должностные инструкции для всех участников процесса, матрицу ответственности.

Правильное использование этих регламентов позволит существенно повысить эффективность и качество диспансеризации взрослого населения, обеспечит строгий учет прохождения диспансеризации населением и положенных по закону дней отдыха.

И. Д. МИРОШНИЧЕНКО
(г. Сочи, Сочинский государственный университет)
Науч. рук. **Е. В. Видищева**,
канд. экон. наук, доц.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, МЕНЯЮЩИЕ ПОДХОД К БИЗНЕСУ

В настоящее время информационные технологии являются неотъемлемой частью нашей жизни. Человечество, опираясь на многие факторы, упрощающие нашу деятельность, разрабатывают все более и более модифицированные технологии, углубляясь в разные сферы и направления. Благодаря таким технологиям, пользователи всех уровней имеют возможность интеллектуально развиваться. Кто владеет информацией, тот имеет возможность найти для себя дело, приносящее деньги.

В связи с высокой конкуренцией на рынке, бизнес имеет успех в том случае, если может удовлетворить потребность в товаре или услуге человека, найдя новый подход к своему делу. ИТ позволяют расширить кругозор предпринимателей, предоставляя информацию с альтернативным подходом [1, с. 15]. Отметим, что в бизнесе международного уровня ИТ является приоритетным сектором инвестирования. Корпорации и предприятия, поддерживающие данную тенденцию, получают одобрение от экономических агентов других государств, которые готовы вкладывать в динамично развивающиеся проекты, что в свою очередь поддерживает приоритет собственного государства.

Каждый предприниматель исходит из собственных потребностей. Некоторые нуждаются в управленческих эффективных решениях, кто-то в подписании договоров за рубежом, а кому-то необходим дополнительный заработок. Однако для достижения конечной цели приоритетно изначально установить внутренний контроль. Исходя из этого, автоматизированные системы являются необходимостью для установления сбора, обработки, группировки и хранения информации. В конечном итоге автоматизированный процесс облегчает работу с информацией, имеющейся на предприятии. Практически каждый бизнес, работающий с информацией автоматизирован, что, в свою очередь, позволяет осуществлять процессы, предоставляет возможность вести бухгалтерский учёт, документооборот, маркетинговые исследования и т.д. [2, с. 26].

Анализируя информационные потоки, управленец имеет возможность прогнозировать и исследовать условия, складывающиеся во внешней среде, что позволяет заранее составлять план последующей деятельности с учетом рисков, взаимодействуя с целевыми секторами зарубежного рынка и многое другое. Новатор сегодня – это в первую очередь руководитель, который ставит в приоритет ценность информационных процессов. Данный факт подтверждает, что для повышения эффективности управления процессами на предприятии нельзя обойтись без информационных технологий [3, с. 46].

Цель ИС не только повышение эффективности переработки данных и поддержка руководителя, но и создание высокоэффективного производства. Информационные технологии, используемые компанией, помогают устоять в условиях конкурентной борьбы и иметь преимущества над другими корпорациями.

С одной стороны, ИТ и установленные на их базе информационные системы должны в совокупности объединяться в деятельность предприятия. Однако если рассмотреть другую сторону предприятия, то основа бизнеса должна опираться и чувствовать поддержку со стороны ИТ, не только открывать новые возможности для корпорации, но и развивать их, для извлечения максимальной выгоды из новых технологий.

Таким образом, информация – это неделимая часть современного бизнеса, благодаря которой появляются модифицированные идеи и решения, позволяющие воплотить их в жизнь. Современные технологии не просто взаимодействуют, но и меняют бизнес

– открывают инновационные предприятия, аккумулируя старые и новые способы обслуживания клиентов. При постоянном развитии бизнеса и усложнении процессов ИТ - инфраструктура должна быть способна поддержать все перемены, сопровождающиеся активным внедрением новых информационных технологий.

Список использованной литературы

- 1 Гаврилов, М.В. Информатика и информационные технологии: учеб. / М.В. Гаврилов, В.А. Климов. – М.: Юрайт, 2016. – 383 с.
- 2 Данелян, Т.Я. Информационные технологии в психологии: моногр. / Т.Я. Данелян. – М.: Ленанд, 2015. – 232 с.
- 3 Косиненко, Н.С. Информационные системы и технологии в экономике: учеб. пособие для бакалавров / Н.С. Косиненко, И.Г. Фризен. – М.: Дашков и К, 2015. – 304 с.

А. В. ПОПОВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Д. В. Дорошев**

АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Любое предприятие достаточно часто осуществляет деятельность, сопряженную с понятием «риск». Деньги на счетах в банке подвергаются риску в случае банкротства финансового учреждения, партнер по бизнесу может оказаться мошенником, и организация понесет убытки, зачисленный в штат работник может иметь низкую компетентность и т.д. Кроме того, в жизни могут происходить стихийные бедствия, экономические и финансовые кризисы, заражение компьютерных сетей вирусами и пр. Все это в любой момент может причинить предприятию серьезный ущерб или вовсе угрожать его деятельности. Поэтому, очень важно осуществлять грамотное управление рисками на предприятии наряду с уже привычными процессами, связанными с производством продукции, закупкой, сбытом и т.д. [2].

Риск – это экономическая и историческая категория. Риск как экономическая категория с точки зрения современного бизнеса представляет собой потенциально существующую вероятность потери ресурсов или неполучения доходов. Это возможная опасность потерь, вытекающая из тех или иных явлений природы и видов деятельности человеческого общества [1].

Понятие «риск» в современном понимании имеет более шестидесяти определений, но почти всегда означает негативный процесс, который связан с неопределенностью, случайностью и ущербом. Риск в каждом из определений описывается терминами, которые имеют негативный оттенок, и возникает из предполагаемых угроз или опасности возникновения негативного события.

Обычно, любое проявление риска влечет за собой финансовые последствия. Вариация таких финансовых последствий может быть довольно значительной. Правильная оценка риска будет способствовать получению дополнительных доходов для предприятия. Недооценка риска или его полное отвержение может обернуться финансовыми потерями.

Исходя из сущности и экономической природы можно выделить четыре основные группы экономических рисков. К ним относятся: коммерческие, маркетинговые, производственные и хозяйственные риски.

Для принятия взвешенных и правильных решений в условиях неопределенности для предприятия очень важно разработать политику по управлению рисками. Данный процесс регламентируется внутренним документом, который называется программой управления рисками.

Управление рисками на предприятии начинают с определения и оценки любых потенциальных угроз в процессе его деятельности. Далее определяют альтернативные варианты получения дохода таких же размеров, но с наименьшим риском для предприятия. Также важно соотнести расходы, связанные с проведением менее рискованной сделки, и уровень самого риска, который будет снижен.

Обобщая результаты проведенного анализа, можно отметить, что ключевыми рисками для КСУП «Мозырская овощная фабрика» выступают: во внутренней среде – маркетинговые риски, риски дальнейшего роста убытков по инвестиционно-финансовой деятельности предприятия; во внешней среде – риск утраты конкурентных позиций из-за отсутствия маркетинговой политики и более сильных позиций конкурентов на рынке, а также не поддающийся воздействию со стороны предприятия природно-климатический риск, действие которого постоянно прослеживается в силу специфики отрасли.

В процессе автоматизированного управления рисками можно выделить 6 шагов:

- планирование управления рисками;
- идентификация рисков предприятия;
- качественный анализ выявленных рисков;
- количественный анализ рисков;
- планирование реагирования на риски;
- мониторинг и контроль рисков.

В настоящее время существует достаточное количество программных систем, предназначенных для автоматизации управления рисками. Такие системы могут быть как самостоятельными программными продуктами, так и модулями в составе ERP-систем. К наиболее популярным самостоятельным программам можно отнести: Risk Track, Dekker TRAKKER, @Risk Professional for Project, Mesa/Vista Risk Manager.

В качестве основных требований к полнофункциональной системе управления рисками можно сформулировать:

- поддержка всего жизненного цикла управления рисками;
- поддержка анализа всех составляющих риска;
- поддержка различных методов расчета и моделирования;
- широкие графические возможности и автоматическая генерация отчетов;
- документирование и поддержка базы данных по рискам.

В автоматизированной системе управления рисками выделяют элементы:

– машинная часть автоматизированной системы управления рисками, куда входят системы управления базой данных, программные системы разработки приложений; программные средства, которые позволяют проводить статистический и финансовый анализ, оптимизацию, послеоптимизационный анализ, строить сценарии действий, применять графические средства; инструментальные предметно-ориентированные программные средства и пр.

– интерфейс, который решает задачу взаимодействия пользователя и приложения. Современные информационные технологии подразумевают использование в автоматизации управления рисками международных стандартов соответствующего научно-технического уровня. Наиболее популярными являются такие интерфейсы, как: WIMP (окно – образ – меню – указатель), SILK (речь – образ – язык – знание).

– пользователи, среди которых могут быть руководитель предприятия, главный бухгалтер, руководители отделов и служб, специалисты [1].

Для автоматизации процесса управления рисками может использоваться как специализированная программная система, так и модуль управления рисками многофункциональной системы поддержки управления рисками. Критериями выбора могут быть как особенности и характеристики предприятия, так и предпочтения руководства предприятия.

Список использованной литературы

- 1 Иванченко, Е. Н. Состав и оценка рисков коммерческой деятельности предприятия / Е.Н. Иванченко // World Science: Problems and innovations. – 2017. – С. 157-159.
- 2 Соболева, Ю. П. Обзор методов оценки рисков предпринимательской деятельности / Ю.П. Соболева, Т.В. Полякова // Таврический научный обозреватель. – 2015. – № 3-1. – С. 33-37.

И. В. ПОПРОЦКАЯ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. А. Казущик,**

канд. экон. наук, доц.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА МИРОВОМ СТРАХОВОМ РЫНКЕ

Современный уровень развития мировой экономики характеризуется переходом на качественно иные механизмы взаимодействия с целевыми аудиториями, покупателями – повсеместным применением информационных технологий. Потребители, владея навыками компьютерной грамотности, активно используя информационные технологии в повседневной жизни, ожидают соответствующего технологичного уровня обслуживания на любом рынке. Не является исключением рынок страховых услуг. Согласно результатам опроса Accenture, 91 % аналитиков страховой отрасли считают, что использование технологий является фундаментально важным для деятельности страховых компаний. В то же время более половины из них оценивают нынешний уровень технологий, используемых страховщиками, как «низкий» или «нуждающийся в улучшении». Сегодня можно выделить основные тренды, которые будут определять развитие ИТ в страховой отрасли в течение следующих пяти лет [1].

Уже сегодня страховщики работают с значительными объемами данных, а в дальнейшем эти объемы будут расти в геометрической прогрессии. Для оптимизации деятельности необходимо использовать платформы данных, обеспечивающие свободный доступ к информации. Данные могут быть распределены по разного рода внутренним и внешним хранилищам во всех уголках мира. Перед страховыми компаниями поставлена задача максимально продуктивного распределения имеющихся массивов, в том числе с помощью облачных технологий в случае, если этому не препятствуют требования безопасности и конфиденциальности информации. Обеспечение всеобщей возможности моментального доступа к данным с любого вида устройств существенно улучшит работу страховщиков.

Информационные технологии позволяют получать всесторонние данные о клиенте, которые предоставляет прогностическая аналитика, что особенно важно в условиях все время меняющихся клиентских предпочтений. Аналитика глобально умножает эффективность маркетинговых усилий, позволяя предлагать потребителю необходимые продукты в нужное время, снижая цикл продаж и повышая перекрестные продажи. Средства аналитики упрощают процесс инкорпорирования обновленных продуктов, повышают производительность бизнес-процессов и достаточного понимания интересов клиента. Прогностическая и характерологическая аналитика дает возможность предвидеть, какое впечатление определенный продукт произведет на клиентов. В процессе урегулирования убытков применение аналитики способствует вовремя зафиксировать случаи страхового мошенничества.

Оценивая тенденции развития страховой отрасли, следует отметить, что применение облачных вычислений пока еще не играет ключевой роли, какая наблюдается в иных секторах: продажа, маркетинге. Причина такого опоздания заключается в том, что страховщики зачастую вынуждены пользоваться архаичные ИТ-системы, с помощью

которых не всегда легко переадресовать данные в облако. Вместе с тем, не исключено, что преимущественно важным для страховщиков будет являться эксплуатация облачных моделей SaaS («программное обеспечение как услуга») и PaaS («платформа как услуга»), которые обеспечивают страховым компаниям высокую скорость, пластичность и масштабируемость, совершенствуют реагирование и не препятствуют улучшать процессы, например андеррайтинг [2].

Излишне затратные и изжившие системы являются главной преградой на пути страховщиков к созданию высокоэффективных бизнес-процессов. Для достижения своих бизнес-целей страховым компаниям необходимо перейти от применения архитектуры, нацеленной на сервер, к архитектуре, ориентированной на сервис.

Потребители добровольно передают свой опыт сотрудничества с компаниями в социальных сетях. Страховщики используют это в своих интересах, инициативно увеличивая свое фигурирование в различных социальных платформах, например в Facebook. Совершенствование социальных медиа открывает потенциальные возможности для повышения продаж и усовершенствования качества клиентского сервиса. Квалифицированная интернет-коммуникация дает возможность открыть страховым компаниям новые альтернативы для бизнес-аналитики и пути коммуникации с клиентами.

Вопрос о сохранности клиентских сведений постоянно был в центре внимания страховщиков, но уже сегодня, вследствие усиления нормативного контроля и после ряда получивших массовое распространение скандалов с утечками данных, защита информации стала одним из важных приоритетов. При увеличении объемов данных гарантировать надлежащий уровень надежности становится всё сложнее, а 100 % гарантии защиты данных кажутся и вовсе невозможной картиной. В этом положении страховым компаниям рациональней использовать выборочный подход к безопасности, который обеспечит дейктический уровень защиты для всевозможных массивов данных. Для этого страховщикам нужно изучить наиболее незащищенные зоны и с помощью рефлексивных систем ИТ-безопасности создать условия для сохранности процессов, данных и инфраструктуры. Компаниям также рекомендуется минимизировать воздействие человеческого фактора, который является источником утечек и брешей в безопасности [3].

Дизайн бизнес-процессов опирался на оптимизацию и уменьшение затрат. В дальнейшем он станет залогом лучшего клиентского опыта. Мобильные технологии – основное направление развития на сегодняшний день. По прогнозам, к 2020 г. количество мобильных устройств возрастет до 3,2 млрд., а число сделок, осуществляемых с помощью мобильных телефонов, – до 455 млрд. Популяризация смартфонов и планшетов стимулирует страховые компании их использовать во внутрикорпоративном сотрудничестве с клиентами. Улучшение клиентского сервиса путем внедрения мобильных, видео- и игровых технологий визуализирует информацию. Посредством игровых приложений доносить информацию клиентам о новых продуктах нужно более оперативно, нежели с помощью рекламы и других привычных путей коммуникации.

Любое из направлений имеет важное значение, но для получения максимальной пользы от внедрения новых технологий страховщики должны выработать интегрированный подход. Особое внимание необходимо уделить роли ИТ-руководителей, которым предстоит разработать полноценную стратегию реагирования на изменения рынка. Применение всего комплекса технологий улучшит как эффективность страховых компаний, так и удовлетворенность клиентов их услугами.

Список использованной литературы

1 Глобальный рынок страхования – обзор текущей ситуации [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://vc.ru/31955-globalnyy-rynok-strahovaniya-obzor-tekushchey-situacii> . – Дата доступа: 20.01.2019.

2 Самсонова, И.А., Страхование / И. А. Самсонова [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://abc.vvsu.ru/books/straxovan/page0012.asp>. – Дата доступа: 21.01.2019.

3 Страхование [Электронный ресурс] / Ипотечный банк Deltacredit. – 2019. – Режим доступа: <http://insurance.deltacredit.ru>. – Дата доступа: 25.01.2019.

А. И. СЛАУТА

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **О. Б. Цехан,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

ПРИМЕНЕНИЕ СРЕДСТВ ПАКЕТА R ДЛЯ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ В ЗАДАЧЕ ВЫДЕЛЕНИЯ РАЗРЫВОВ ВЫПУСКА ВВП

Разрыв выпуска ВВП представляет собой разницу между фактическим ВВП и его потенциальным уровнем [1, с. 5]. Определение величины потенциального выпуска и разрыва выпуска является важным для различных сфер экономического анализа. Они способны объяснять динамику некоторых важных переменных. Для оценки величины выпуска используются одномерные и многомерные статистические процедуры. Одномерные подходы используют только одну переменную – фактические данные об уровне выпуска в экономике. Одномерный фильтр Ходрика-Прескотта является одним из наиболее распространенных одномерных статистических методов оценки разрыва выпуска [1, с. 10].

Потенциальный выпуск является ненаблюдаемой величиной, поэтому его оценка может быть получена только на основе специфических предпосылок о структуре фактических данных о динамике ВВП и/или взаимосвязи выпуска с другими экономическими показателями. Часто такие предпосылки порождаются на основе визуализации исходных данных. В связи с этим актуальна задача создания информативных визуальных образов в процессе анализа данных.

Графические средства являются важной и очень гибкой частью среды R, которая содержит множество инструментов для визуализации данных при решении задачи выделения разрывов выпуска ВВП.

В работе используются данные по ВВП Беларуси. Данные представлены поквартальным временным рядом с 2000 по 2018 года.

Для анализа представим ряд данных как временной в пакете R с помощью функции `ts()` пакета `stats`.

```
GDP_log<-data [3]
GDP_log<-ts(GDP_log,frequency = 4,start = c(2000,1))
plot(GDP_log, type= "l", ylab="", xlab="", main = "Логарифм ВВП без сезонной корректировки", xlim=c(2000,2020))
```

Переменной `GDP_log` присвоен ряд логарифмированных значений ВВП по Беларуси из таблицы, содержащейся в переменной `data`, который затем преобразован во временной ряд с тем же именем. `Data[3]` означает, что был выбран третий столбец таблицы. Функция `ts(data, start, frequency)` в качестве параметра `data` принимает вектор или матрицу наблюдаемых значений временного ряда, `start` – время первого наблюдения задается либо числом, либо в виде вектора, `frequency` – количество наблюдений за единицу времени (частота ряда). Таким образом, ряд логарифмированных значений ВВП был преобразован во временной ряд.

Функция `plot(GDP_log, type="l", ylab="", xlab="", main = "Логарифм ВВП без сезонной корректировки", xlim=c(2000,2020))` была использована для отражения динамики ВВП Беларуси. Результат ее работы представлен на рисунке 1.

В качестве параметра функции был передан временной ряд GDP_log. Для корректировки графика были определены дополнительные параметры функции: type, ylab, xlab, main, xlim.

Параметры xlim и ylim контролируют размах значений на каждой из осей графика. Для этого необходимо присвоить значение в виде числового вектора, содержащего минимальное и максимальное значения, которые должны отображаться на оси. Аргумент main служит для создания заголовка графика.

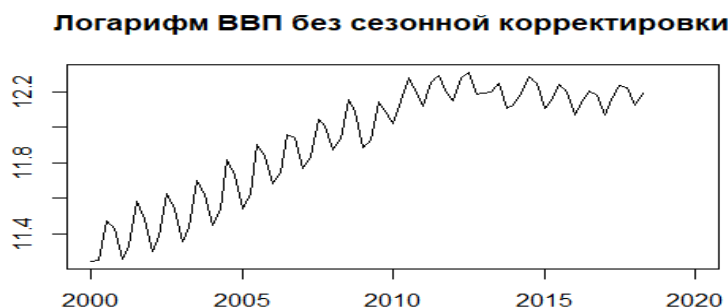


Рисунок 1 – Результат работы функции plot()

Вместо осей, создаваемых на диаграммах по умолчанию, можно создать оси по своему усмотрению, используя функцию axis(). Формат ее применения: axis(side, at=, labels=, pos=, lty=, col=, las=, tck=, ...).

Когда оси создаются самостоятельно, нужно предотвратить появление осей, которые создаются по умолчанию. Аргумент axes=FALSE подавляет создание всех осей. Аргументы yaxt="n" и yaxt="n" отменяют создание x- и y-осей соответственно (при этом рамка без делений остается) [2, с. 96]. Такой подход реализован при создании графиков десезонированного логарифмированного ряда ВВП и разрыва выпуска (рисунок 2). Для перехода к десезонированному ряду была применена функция decompose, которая разделяет ряд на составляющие компоненты, и выделен тренд ряда.



Рисунок 2 – Добавление собственных осей на график при помощи функции axis()

Рисунок 2 был получен посредством исполнения следующего кода:

```
plot(gdp_hp$x, type="l", col=1, ann=FALSE, axes=FALSE, frame.plot=TRUE)
lines(gdp_hp$trend, col=2, type="l")
axis(2, at=seq(from = 11, to = 13, by = 0.2), labels = seq(from = 11, to = 13, by = 0.2))
axis(1, at=c(2000:2020), labels=c(2000:2020))
```



```
title("Применение фильтра Ходрика-Прескотта", "Период", "Логарифм ВВП")
legend("bottomright", legend=c("series", "l=1600"), col=1:2, lty=rep(1,4), ncol=1,
sex=0.5).
```

Когда на диаграмме представлено больше одного набора данных или одной группы объектов, легенда помогает узнать, что изображает каждый столбик, фрагмент круговой диаграммы или линия. Легенду можно добавить на диаграмму при помощи функции legend(). В данном случае легенда показывает, что черной линией отображен исследуемый временной ряд, а красной – разрыв выпуска, который представляет собой сглаженный фильтром Ходрика-Прескотта (при значении параметра сглаживания 1600) исходный ряд.

Список использованной литературы

- 1 Ващелюк, Н.В. Определение разрыва выпуска для российской экономики / Н.В. Ващелюк, А.В. Зубарев, П.В. Трунин. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2017. – 84 с.
- 2 R в действии. Анализ и визуализация данных в программе R / пер. с англ. Полины А. Волковой. – М.: ДМК Пресс, 2014. – 588 с.

М. А. РОМАНИЮК

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)
 Науч. рук. **О. В. Пугачёва**,
 канд. экон. наук, доц.

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАВИСИМОСТИ ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ РАСХОДОВ НА ЕЁ РЕАЛИЗАЦИЮ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КОМИНТЕРН»)

Одним из основных видов деятельности любого отечественного предприятия, выпускающего товары легкой промышленности, является реализация продукции на экспорт. Преобладающую часть расходов при экспорте составляют расходы на реализацию продукции предприятия.

Для минимизации расходов на реализацию продукции на экспорт можно сократить отдельные части этой статьи затрат. Например, такие, как зарплата сотрудникам, занятым продвижением продукции при сокращении их численности, а также комиссионное вознаграждение посредникам при продаже экспортной продукции через комиссионера. Комиссионер с расширенной сетью экспортеров может позволить снижение затрат на рекламу продукции. Рациональность снижения расходов на реализацию можно оценить на основе использования эконометрических методов [1].

Для выявления зависимости между экспортом продукции в стоимостном выражении и расходами его на реализацию следует использовать регрессионный анализ, а также оценить тесноту связи между показателями на основании данных таблицы 1.

Таблица 1 – Данные об экспорте продукции и расходах на ее реализацию в ОАО «Коминтерн» за 2016-2018 гг. по кварталам

В тысячах рублей

Период	Экспорт	Расходы на реализацию
1	2	3
1	2 540,1	287,5
2	2 315,9	198,7
3	2 632,2	301,5
4	2 198,7	156,8
5	2 336,5	202,4
6	2 482,1	234,1

Окончание таблицы 1

1	2	3
7	2 331,3	201,5
8	2 197,4	260,1
9	2 445,4	239,8
10	2 480,4	245,7
11	2 230,2	210,9
12	2 385,3	220,3
Итого	28 575,5	2759,3
Среднее значение	2 381,29	229,94

Проведение корреляционного анализа позволяет получить значение коэффициента корреляции между рассматриваемыми показателями, равное 0,72, которое показывает, что связь между объемами реализации продукции в экспортных ценах и расходами на ее реализацию за исследуемый период времени высокая.

Значение коэффициента детерминации показывает, что изменение экспорта на 53,27 % объясняется изменением расходов на реализацию продукции. Оценка уравнения регрессии на основе F-теста позволяет говорить о его значимости.

Оценим объем экспорта продукции в денежном выражении при снижении расходов на реализацию, например, на 20 % путем прогнозирования на основе полученного уравнения регрессии.

Зависимость между объемами реализации продукции в экспортных ценах (y) и расходами на реализацию (x) определяется следующим уравнением регрессии (формула 1):

$$y = 1807,5 + 2,5 \times x. \quad (1)$$

Для того чтобы определить объемы экспорта при более низких расходах на рекламу, рассмотрим условные расходы реализации на 20% ниже среднего значения, т.е. определим объем экспорта при расходах на реализацию, связанных с рекламой, равных 183,95 рублей.

Для расчета прогнозного значения подставим новое значение величины расходов на реализацию в полученное уравнение регрессии и получим $y = 2267,38$ руб.

Рассчитаем величину доверительного интервала:

$$U_{(x=183,95;n=12;\alpha=0,05)} = 99,91 \times 2,2 \times \sqrt{1 + \frac{1}{12} + \frac{(183,95 - 229,94)^2}{573189,4}} = 227,9 \text{ руб.}$$

Проведенные расчеты доверительного интервала позволяют с точностью в 95 % говорить о том, что экспорт продукции при снижении расходов на реализацию на 20 % будет заключен в интервале от $2267,38 - 227,79 = 2039,59$ руб. и до $2267,38 + 227,79$ руб. Построим график полученной зависимости (рисунок 1).

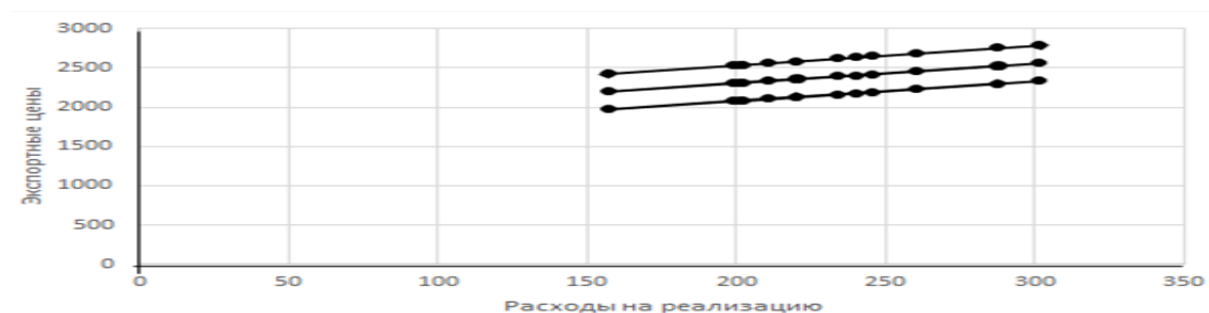


Рисунок 1 – График линейной зависимости экспорта от расходов на реализацию продукции предприятия и интервальные оценки прогноза при расходах на реализацию, равных 183,95 руб.

Таким образом, можно сделать вывод о целесообразности поиска способов снижения расходов на реализацию путем использования эконометрических моделей. Поскольку управленческие расходы, в том числе связанные с реализацией продукции на экспорт) в конечном итоге учитываются при определении прибыли, то их сокращение приведет к увеличению объема реализации, а следовательно и прибыли. Также снижение расходов на реализацию позволит снизить конечную цену товара для экспортера, что способствует повышению конкурентоспособности его продукции на внешнем рынке.

Список использованной литературы

1 Орлова, И.В. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование: учеб. пособие / И.В. Орлова, В.А. Половников. – М.: ИНФРА-М. – 2007. – 202 с.

Е. С. ШЕВЦОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. В. Пугачёва,**

канд. экон. наук, доц.

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПЕРЕМЕННЫХ И ПОСТОЯННЫХ ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИХ МЕТОДОВ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КОМИНТЕРН»)

В современной экономической ситуации отечественным производителям особенно важно быть конкурентоспособными и в первую очередь ориентироваться на выпуск высококачественной продукции при максимальном снижении затрат на производство.

В ОАО «Коминтерн» готовая продукция учитывается по фактическим затратам, связанным с ее изготовлением, представляющим фактическую производственную себестоимость. Отличительной особенностью в области калькулирования себестоимости продукции в ОАО «Коминтерн», отраженной в учетной политике организации, является полное отнесение счета 25 «Общепроизводственные затраты» на счет 20 «Основное производство» без разграничения на затраты постоянного и переменного характера. Однако разграничение затрат на постоянную и переменную часть открывает широкие возможности для менеджмента организации, является базой для принятия эффективных решений в области управления себестоимостью.

Для выявления путей рационализации учета постоянных и переменных затрат 25 счета целесообразно использовать эконометрические методы [1]. Исследовалась возможность использования следующих подходов:

1 Определение фиксированной суммы условно-постоянных и условно-переменных затрат на единицу продукции путем вычисления соответствующих им параметров парной линейной регрессионной зависимости общепроизводственных затрат от выпуска продукции в натуральном выражении. Построенная таким образом модель свидетельствует о чрезвычайно низком содержании переменной части в составе общепроизводственных затрат и о доминирующем положении затрат постоянного характера. Данный факт говорит об отсутствии в той или иной мере значимой связи между величиной общепроизводственных затрат и выпуском продукции, так как выпуск продукции влияния на изменение постоянных затрат не оказывает.

2 Выявление статей затрат 25 счета, суммы по которым будут полностью относиться к категории условно-переменных и условно-постоянных.

Для проведения расчетов используются данные о выпуске продукции в ОАО «Коминтерн» за 2017 год по месяцам и данные о суммах общепроизводственных затрат из ведомости № 12 за 2017 г. по месяцам соответственно.

Для выявления нужных статей необходимо прибегнуть к способу определения коэффициентов корреляции (r) и детерминации (R^2) в отношении объемов выпуска продукции и всех статей затрат 25 счета в отдельности.

Результаты расчетов и их интерпретация приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Значения коэффициентов корреляции и детерминации между объемами выпуска продукции и статьями общепроизводственных затрат в ОАО «Коминтерн»

Показатели	Корреляция с ВП			
	коэффициент r		коэффициент R^2	
	значение	характер связи	значение	характеризуется изменением ВП, %
ВП	1,000000	Функциональная	1,000000	100,000000
Износ оборотных и транспортных средств	-0,123339	-	0,015212	-
Эксплуатация оборудования (кроме ремонта)	-0,473283	-	0,223997	-
Ремонт оборудования и транспортных средств	0,171457	Практически нет	0,029398	2,939760
Внутризаводское перемещение грузов	-0,562132	-	0,315992	-
Канцтовары	0,195960	Практически нет	0,038400	3,840017
Содержание аппарата управления цеха	-0,504910	-	0,254934	-
Содержание прочего цехового персонала	-0,585984	-	0,343377	-
Износ инструмента и приспособлений	0,233595	Слабая связь	0,054567	5,456673
Содержание зданий, сооружений, инвентаря	0,170339	Практически нет	0,029015	2,901532
Ремонт зданий, сооружений, инвентаря	-0,349391	-	0,122074	-
Охрана труда	0,443275	Слабая связь	0,196493	19,649293
Износ инвентаря	0,236972	Слабая связь	0,056156	5,615572
Прочие расходы	0,200787	Слабая связь	0,040316	4,031559
Материалы на производственные цели	0,598568	Средняя связь	0,358284	35,828380
Программное обеспечение	0,432211	Слабая связь	0,186806	18,680606
Текущее премирование персонала цехов	0,308808	Слабая связь	0,095363	9,536268
Командировочные расходы	-0,669964	-	0,448852	-
Медосмотр работников	0,128538	Практически нет	0,016522	1,652195
Вакцинация работников	0,000000	-	0,000000	-
Итого	-0,160607	-	0,025795	-
Электроэнергия	0,508421	Средняя связь	0,258492	25,849152
Теплоэнергия	0,301323	Слабая связь	0,090795	9,079526
Вода	0,436081	Слабая связь	0,190167	19,016705
Итого	0,352856	Слабая связь	0,124507	12,450711
Итого по счету 25.0	0,010379	Практически нет	0,000108	0,010773

Как и предполагалось, коэффициент корреляции принимает относительно небольшие значения в каждой статье затрат. Его максимальные показатели, характеризующие среднюю степень связи, определились в затратах материалов на производственные цели и электроэнергию. Изменение данных статей на 35,83 % и 25,85 % соответственно обусловлено изменением объемов выпуска продукции. Данные обстоятельства являются предпосылками для отнесения статей 25 счета «Материалы на производственные цели» и «Электроэнергия» к условно-переменным.

Таким образом, возможным становится применение полученных результатов расчетов для рационализации формирования производственной себестоимости продукции в ОАО «Коминтерн». Данную операцию можно провести по двум направлениям: выделение фиксированных сумм условно-постоянных и условно-переменных затрат и выделение отдельных статей условно-постоянных и условно-переменных затрат.

Использование первого способа дает конечный показатель производственной себестоимости, равный 13 520 936,50 руб., что на 18,58 % меньше исходной себестоимости.

Себестоимость, полученная вторым расчетным способом, равна 13 595 087,57 руб. Данное значение меньше исходной себестоимости на 18,13 %, и больше себестоимости, рассчитанной первым способом, на 74 151,07 руб. Несмотря на кажущуюся очевидность преимущества способа, предполагающего использование фиксированной суммы условно-постоянных затрат, при его применении в некоторых случаях можно наблюдать формирование отрицательных значений переменных затрат. Применение первого способа целесообразно в случае использования значений в разрезе определенного количества лет, второго же – при рассмотрении данных в разрезе непродолжительных периодов (месяц, квартал, полугодие).

Список использованной литературы

1 Орлова, И.В. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование: учеб. пособие / И.В. Орлова, В.А. Половников. – М.: ИНФРА-М. – 2007. – 202 с.

О. А. ШМАГЛИЙ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)
Науч. рук. **О. В. Пугачёва**,
канд. экон. наук, доц.

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА ОСНОВЕ КОЭФФИЦИЕНТА ДЕКАПЛИНГА

Экономический рост последних десятилетий привел к резкому увеличению загрязняющих выбросов в окружающую среду. «Польза» для экономики стала неразрывно связана с «вредом» для экологии. Именно поэтому умение провести своевременный и точный анализ взаимосвязи экономических и экологических показателей обретает все большую актуальность и значимость во многих странах.

На сегодняшний день разработано несколько моделей для оценки взаимосвязи между экономическим ростом и уровнем загрязнения окружающей среды. Например, модель оптимального пользования окружающей средой, экологическая кривая Кузнецца. Для анализа влияния экономического роста на состояние окружающей среды Республики Беларусь можно использовать концепцию декаплинга (от англ. «to decouple» — разъединять, расцеплять), разработанную Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и являющейся главной целью Экологической стратегии на первое десятилетие XXI века.

ОЭСР определяет эффект декаплинга как нарушение прямой зависимости между увеличением негативного воздействия на окружающую среду и экономическим ростом. Поэтому для реализации декаплинга необходимо, чтобы темпы роста экологической нагрузки имели тенденцию к снижению по сравнению с темпами роста экономики за аналогичный период. Для сравнения эффекта декаплинга в различных странах используется следующая формула (1):

$$D_t = 1 - (EP/DT)_t * (EP/DT)_{t-1}, \quad (1)$$

где EP – показатель экологической нагрузки (например, объем загрязняющих выбросов в окружающую среду, объем отходов производства),

DT – показатель экономического роста (например, ВВП или ВРП).

Если показатель (D_i) отрицателен или равен нулю, то это свидетельствует об отсутствии эффекта декаплинга. И, наоборот, если показатель положителен и приближается к 1 – наблюдается эффект декаплинга [1].

Проанализируем зависимость между изменением экологической нагрузки на окружающую среду и экономическим ростом в Республике Беларусь за последние 6 лет на основе формулы для расчета эффекта декаплинга (таблица 1) [2].

Таблица 1 – Основные показатели для расчета коэффициента декаплинга в Республике Беларусь

Период	ВВП Республики Беларусь, млн. руб.	Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, тыс. т	Коэффициент декаплинга
2012/2011	547 617/ 307 245	1 389,0/ 1 315,5	0,40759
2014/2013	805 793/ 670 688	1 343,6/ 1 373,7	0,18591
2015/2014	899 098/ 805 793	1 258,9/ 1 343,6	0,16027
2017/2016	105 748/ 94 949	1 240,6/ 1 244,8	0,10515

Из данных таблицы можно сделать вывод о том, что для Республики Беларусь в целом характерна положительная динамика развития экономики при незначительном снижении уровня негативного воздействия на окружающую среду. По выбросам загрязняющих веществ в атмосферу коэффициент декаплинга положителен, однако важно отметить его тенденцию к снижению в течение последних 6 лет, а также резкий спад в период с 2012 по 2013 год. Ежегодное снижение коэффициента D_i не позволяет говорить о достижении эффекта декаплинга в Республике Беларусь на данный момент. В стране одновременно с ростом экономики стремительно растет и экологическая нагрузка на окружающую среду.

В этой связи для обеспечения экологической безопасности и достижения устойчивого развития страны необходимо внедрить ряд инноваций, которые позволят уменьшить нагрузку на окружающую среду. Эко-инновации могут быть представлены не только в форме освоения новейших технологий. По данным United Nations Environment Programme (UNEP), большая часть технологических перемен на сегодняшний день происходит благодаря государственному регулированию [3]. Государственные меры поддержки декаплинга могут быть представлены поэтапной разработкой и внедрением ставок экологического налога, стимулирующих реализацию мероприятий в области охраны окружающей среды, оптимизацией финансовых, кредитных и иных механизмов поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в целях формирования рынка экологических товаров и услуг, развитием системы нормативных правовых актов в области использования возобновляемых и нетрадиционных источников энергии с учетом передового мирового опыта [4]. Как показывает опыт предыдущих лет, положительно на состояние окружающей среды может повлиять интенсификация сотрудничества с Европейским союзом, который оказывал финансовую поддержку при реализации в Республике таких проектов, как ClimaEast, проект по охране окружающей среды международных речных бассейнов (EPIRB).

Более того, для комплексного решения экологической проблемы следует прибегнуть также к институциональным (создание новых институциональных механизмов экологического контроля, создание экологических служб организациями) и социальным (создание благоприятного режима для развития местных инициатив в области охраны окружающей среды и благотворительных акций) инновациям.

Список использованной литературы

1 Indicators to Measure Decoupling of Environmental Pressure and Economic Growth // Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) [Electronic resource]. – 2018. – Access mode:

[http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=sg/sd\(2002\)1/final](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=sg/sd(2002)1/final). – Access date: 27.12.2018.

2 Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika>. – Дата доступа: 27.12.2018.

3 Decoupling of natural resource use and environmental impacts from economic growth // Организация Объединенных Наций [Electronic resource]. – 2019. – Access mode: https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9816/-Decoupling:%20natural%20resource%20use%20and%20environmental%20impacts%20from%20economic%20growth%20-2011Decoupling_1.pdf?sequence=3&isAllowed=y. – Access date: 10.01.2019.

4 Стратегия в области охраны окружающей среды Республики Беларусь на период до 2025 года// Мин-во природ. рес-в и охраны окруж. среды [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: http://minpriroda.gov.by/uploads/files/000604_578758_Strategy.doc. – Дата доступа: 10.01.2019.

Научное электронное издание

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ**

*VII международная научно-практическая конференция
студентов и магистрантов*

(Гомель, 20 марта 2019 года)

Сборник материалов

Подписано к использованию 19.03.2019

Объем издания 3,58 МБ

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«Гомельский государственный университет
имени Франциска Скорины».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 3/1452 от 17.04.2017.

Специальное разрешение (лицензия) № 02330 / 450 от 18.12.2013.

Ул. Советская, 104, 246019, Гомель.

<http://conference.gsu.by>